

**RETORIKA DAKWAH USTAD MUH. NUR MAULANA
DALAM “ISLAM ITU INDAH” DI TRANS TV**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)
Dalam Ilmu Dakwah dan Komunikasi

Oleh :

ANA MERIYANA

NPM 1641010232

Jurusan Komunikasi Dan Penyiaran Islam
Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi



**KOMUNIKASI DAN PENYIARAAN ISLAM
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGRI RADEN INTAN LAMPUNG
1441H/2020M**

**RETORIKA DAKWAH USTAD MUH. NUR MAULANA
DALAM “ISLAM ITU INDAH” DI TRANS TV**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-syarat
Guna Untuk Mendapatkan Gelar Sarjana S1**

Dalam Ilmu Dakwah dan Komunikasi

Oleh:

ANA MERIYANA

NPM.1641010232

Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Pembimbing I : Prof. Dr. H. M. Nasor, M.Si

Pembimbing II : Dr. Fitri Yanti, MA

FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG

1441H/ 2020M

ABSTRAK

Retorika dakwah bisa di katakan seni berbicara seorang da'i atau pendakwah untuk mempengaruhi mad'unya. Namun, masih banyak para pendakwah yang kurang memperhatikan kaidah retorika pada hakikatnya. Mengetahui bagaimana pentingnya kepandaian retorika seorang da'i sangat di butuhkan, sebab dengan penguasaan retorika yang baik dan benar seorang da'i akan mampu menyampaikan pesan dakwah dengan baik. Ustad Maulana menggunakan bahasa yang ringan sehingga mudah di mengerti oleh mad'unya yang sesekali di selingi dengan humor dan melakukan gerakan yang atraktif pada saat berlangsungnya tausiyah. Dengan ciri khas salam sapaanya yang fenomenal yaitu "Jama'ah oh jama'ah, Alhamdulillah" membuatnya menjadi salah satu Ustad yang populer, bahkan salam sapaanya yang khas menjadikanya tagline di acara tersebut hingga saat ini. Hal ini yang mendorong peneliti untuk mengetahui bagaimana retorika dakwah Ustad Maulana dalam program acara Islam Itu Indah di Trans TV. Dan memfokuskanya pada tayangan priode 9 Juli 2019 dengan tema 'Misteri Perjalanan Akhirat' yang bersumber dari Youtube Channel IslamItuIndahOfficial. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan penelitian kualitatif (Liberary Research) dengan jenis penelitian deksriptif. Dan dengan teknik pengumpulan data menggunakan metode dokumentasi yakni data yang terkumpul di pilih, kemudian di tafsikan dan di ambil kesimpulan. Adapun hasil dari penilitian ini yaitu, 1) Gaya Bahasa, Ustad Maulana menggunak empat gaya bahasa diantaranya, yang pertama gaya bahasa berdasarkan pilihan kata. Kedua gaya bahasa berdasarkan nada. Ketiga gaya bahasa berdasarkan struktur kalimat. Keempat gaya bahasa berdasarkan langsung tidaknya makna. 2) Gaya Suara, Ustad Maulana sangat memperhatikan pitch, loudness, rate and rhytm, dan jeda atau pause. 3) Gaya Gerak Tubuh yang di gunakan Ustad Maualana begitu banyak yaitu sikap badan tegap, menggerakan tangan, lalu memainkan ekspresi dan memainka mata kesemua arah. Berdasarkan hasil penelitian yang telah di uraikan peneliti menunjukan bahwa Ustad Maulana menggunak retorika dengan sangat baik mulai dari gaya bahasa, gaya suara hingga gaya gerak tubuhnya, beliau sangat memainkan retorikanya tersebut.



KEMENTERIAN AGAMA RI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI

Alamat: Jl. Let. Kol. H. Suratmin Sukarame 1 Bandar Lampung Telp (0721) 703260

PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Retorika Dakwah Ustad Muh. Nur Maulana Dalam 'Islam Itu Indah' Di Trans TV

Nama : ANA MERIYANA

NPM : 1641010232

Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas : Dakwah dan Ilmu Komunikasi

DISETUJUI

Untuk dimunaqosyahkan dan dipertahankan dalam Sidang Munaqosyah Fakultas
Dakwah Dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung

Pembimbing I,

Prof. Dr. H.M. Nasor, M.Si
NIP. 195707151987031003

Pembimbing II,

Dr. Fitri Yanti, MA
NIP. 197510052005012003

Mengetahui,

Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam,

M. Apun Syaripudin, S.Ag. M.Si
NIP. 197209291998031003



KEMENTERIAN AGAMA RI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI

Alamat: Jl. Let. Kol. H. Suratmin Sukarama 1 Bandar Lampung Telp (0721) 703260

PENGESAHAN

Skripsi Dengan Judul **"Retorika Dakwah Ustad Muh. Nur Maulana Dalam "Islam Itu Indah" Di Trans TV"** Di Susun Oleh **ANA MERIYANA, NPM 1641010232**, Program Studi Komunikasi dan Peyiaraan Islam Telah Diujikan Dalam Munaqosyah Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Pada Hari/tanggal

TIM MUNAQOSYAH

Ketua Sidang : M. Apun Syaripudin, S.Ag., M.Si.

Sekretaris : Siti Wuriyan, Sos.I., M.Kom.I

Penguji I : Subhan Arif, S.Ag., M.Ag

Penguji II : Prof. Dr. H. M. Nasor, M.Si

Pembimbing : Dr. Fitri Yanti, MA

Mengetahui

Dekan

Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi



Prof. Dr. H. Khomsahrial Romli, M.Si

NIP: 1961004091990031002

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : ANA MERIYANA
NPM : 1641010232
Jurusan/Parodi : Komunikasi dan Penyiaran Islalm
Fakultas : Dakwah dan Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa Skripsi yang berjudul “Retorika Dakwah Ustad Muh. Nur Maulana Dalam “Islam Itu Indah” Di Trans TV” adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran dari orang lain. Kecuali pada bagian yang telah di rujuk dan di sebut dalam footnote atau daftar pustaka. Apabila dilain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat ini saya buat agar dapat di maklumi.

Bandar Lampung, Juli 2020

Penulis,



ANA MERIYANA
NPM 1641010232

MOTTO

إِنَّ هَذَا الْقُرْآنَ يَهْدِي لِلَّتِي هِيَ أَقْوَمُ وَيُبَشِّرُ الْمُؤْمِنِينَ الَّذِينَ

يَعْمَلُونَ الصَّالِحَاتِ أَنَّ لَهُمْ أَجْرًا كَبِيرًا ﴿٩﴾

Artinya:

“Sesungguhnya Al Quran ini memberikan petunjuk kepada (jalan) yang lebih Lurus dan memberi kabar gembira kepada orang-orang Mu’min yang mengerjakan amal saleh bahwa bagi mereka ada pahala yang besar,”

(QS.Al-Isra: 09)

PERSEMBAHAN

Dengan menyebut nama Allah SWT yang Maha pengasih lagi Maha penyayang, saya sebagai penulis mempersembahkan skripsi ini kepada:

1. Skripsi ini adalah persembahan kecil dariku untuk kedua orang tua yang sangat saya cintai: Ayahanda Nurwi dan Ibunda Romlah yang selalu mendoakanku di setiap waktu, agar menjadi anak yang berbakti kepada orang tua, patuh terhadap ajaran Agama dan dapat meraih kesuksesan. Terimakasih atas segala yang telah kalian berikan kepadaku. Semoga Allah SWT senantiasa melindungi Ayahanda dan Ibunda, dan kita bukan hanya dapat berkumpul bahagia di dunia tapi pula di Jannahnya Allah.
2. Teruntuk saudara dan saudariku tersayang, Sarto, Aminah, Danali, Darsoni, Agus, Iis dan Muslimin. Yang senantiasa mendoakan dan memberikan dukungan kepada adik bungsunya untuk keberhasilan dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Untuk Puji Mustika, Ika Putri, dan Bella Agustin, terimakasih sudah mau di repotkan untuk segalah perskripsianku. Dan semoga kita nantinya dapat berjuang bersama kembali.
4. Untuk keluarga besar KPI D terimakasih atas kebersamaan yang terjalin selama ini, terimakasih atas doa dan dukungannya. Semoga kita semua menjadi orang yang sukses di masa mendatang.
5. Untuk teman-teman perskripsianku yang telah berjuang bersama.
6. Teman-teman KKN 230 Air Kubang, yang mudah mudahan silaturahmi kita bisa terjalin untuk seterusnya.

RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama lengkap ANA MERIYANA, tempat tanggal lahir Bandar Lampung 28 Oktober 1997. Anak terakhir dari pasangan bapak H. Nurwi dan ibu Hj. Romlah.

Penulis mengenyam pendidikan mulai dari Sekolah Dasar yaitu di SD MII Ujung Bomdan lulus pada tahun 2010, kemudian penulis melanjutkan ke jenjang sekolah menengah pertama yaitu di SMPN 17 Bandar Lampung dan lulus pada tahun 2013, setelah itu penulis meneruskan ke Sekolah Menengah Kejuruan yaitu di SMKN 3 Bandar Lampung dan lulus pada tahun 2016, dan kemudian penulis melanjutkan pendidikan yang lebih tinggi dan tercatat sebagai mahasiswa perguruan tinggi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi jurusan Komunikasi Penyiaran Islam.

Bandar Lampung, 20 Juli 2020

Hormat Saya,

Ana Meriyana

KATA PENGANTAR

Puji syukur alhamdulillah saya ucapkan, atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan segala nikmat dan karunia-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Retorika Dakwah Ustad Muh.Nur Maulana Dalam “Islam Itu Indah” Di Trasn TV”. Sholawat serta salam selalu kita sanjungkan kepada Nabi kita junjungan umat manusia yaitu Nabi Muhammad SAW yang kita nantikan safaatnya kelak di yaumul akhir.

Dalam proses menyelesaikan skripsi ini, saya banyak mendapat bantuan bimbingan petunjuk dari berbagai pihak, baik berupa material ,maupun spiritual, untuk itu penulis mengucapkan banyak terimakasih yang telah membantu penulis dari berbagai segi. Begitu pula kepada seluruh karyawan/karyawati Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Raden Intan Lampung.penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini tidak terlepas dari jasa berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Kkhomsahrial Romli, M.Si selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung.
2. Bapak M. Apun Syaripudin, S.Ag, M.Si sebagai ketua jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung.
3. Ibu Yunidar Cut Mutia Yanti, M.Sos.I sebagai sekretaris jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah danI lmu Komunikasi

4. Bapak Prof. Dr. H. Nasor, M.Si sebagai pembimbing I skripsi ini yang telah memberikan arahan serta bimbingan kepada penulis dengan sabar, tulus, dan ikhlas. Sehingga skripsi terselesaikan dengan baik.
5. Ibu Dr. Fitri Yanti, MA sebagai dosen pembimbing II skripsi ini yang telah memberikan arahan, banyak masukan, kritik dan saran, serta bimbingan kepada penulis dengan sabar, tulus, dan ikhlas, sehingga skripsi ini terselesaikan dengan baik.
6. Bapak-bapak Ibu-ibu dosen fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmu pengetahuan selama penulis menimba ilmu.
7. Almamaterku tercinta Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung

Akhir kata penulis ucapkan banyak terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan dan kesalahan. Dengan demikian kritik dan saran sangat penulis butuhkan, demi perbaikan penulisan karya ilmiah di kemudian hari. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua dan menjadi bahan masukan dalam dunia dakwah terutama dalam hal retorika.

Bandar Lampung, 20 Juli 2020

Penulis

Ana Meriyana

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
RIWAYAT HIDUP	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv

BAB I PENDAHULUAN

A. PenegasanJudul	1
B. AlasanMemilihJudul	4
C. LatarBelakang	5
D. RumusanMasalah	10
E. TuujuandanManfaatPenelitian	10
F. MetodePenelitian.....	11

BAB II RETORIKA DAKWAH DAN MEDIA KOMUNIKASI DALAM ANALISIS WACANA

A. RetorikaDakwah	
1. PengertianRetorika	16
2. Unsur-unsurRetorika	18
3. PembagianRetorika	19
4. Macam-macam Gaya Retorika.....	20
a. Gaya Bahasa.....	21
b. Gaya Suara	24
c. Gaya GerakTubuh	28
5. PengertianRetorikaDakwah.....	31

B. Media Komunikasi	
1. Pengertian Media Komunikasi	35
2. Jenis-jenis Media Komunikasi	37
3. Televisi	41
4. YouTube	42
C. Tinjauan Mengenai Analisis Wacana	
1. Pengertian Analisis Wacana	46
2. Kerangka Analisis Wacana Van Dijk	47
D. Tinjauan Pustaka	50

BAB III DAKWAH USTAD MAULANA DALAM “ISLAM ITU INDAH” DI TRANS TV

A. Profil Ustad Muh. Nur Maulana	
1. Biografi Singkat Ustad Muh. Nur Maulana	54
2. Perjalanan Dakwah Ustad Muh. Nur Maulana	57
a. Gaya Ceramahnya Di Banjiri Kritik dan Pujian	57
b. Terkenal Karena YouTube	60
B. Program Acara “Islam Itu Indah” Di Trans TV	
1. Deskripsi Acara Islam Itu Indah	62
2. Struktur Team Produksi Program Acara “Islam Itu Indah” Di Trans TV	63
C. Tinjauan Dakwah Ustad Muh. Nur Maulana Dalam Islam Itu Indah Priode 9 Juli 2019 “Misteri Perjalanan Akhirat”	
1. Teks Ceramah Ustad Maulana Dalam Islam Itu Indah Priode 9 Juli 2019 “Misteri Perjalanan Akhirat”	65
2. Obsevasi Dakwah Ustad Maulana Dalam Tayangan Islam Itu Indah Priode 9 Juli 2019 “Misteri Perjalanan Akhirat”	73

BAB IV RETORIKA DAKWAH USTAD MUH. NUR MAULANA DALAM “ISLAM ITU INDAH” DI TRANS TV PRIODE 9 JULI 2019 ‘MISTERI PERJALANAN AKHIRAT’

1. Gaya Bahasa Ustad Muh. Nur Maulana	83
a. Gaya Bahasa Berdasarkan Pilihan Kata	84
b. Gaya Bahasa Berdasarkan Nada	86
c. Gaya Bahasa Berdasarkan Struktur Kalimat	88
d. Gaya Bahasa Berdasarkan Langsung Tidaknya Makna	89
2. Gaya Suara	91
a. Pitch	91

b. Loudness	94
c. Rate and Rhythm.....	95
d. Jeda atau Pause	97
3. Gaya Gerak Tubuh Ustad Maulana.....	98
a. Sikap Badan	99
b. Penampilan dan Pakaian	100
c. Air Muka (Ekspresi) dan Gerakan Tangan	101
d. Pandangan Mata	102

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	104
B. Saran.....	105
C. Penutup.....	106

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Tabel mengenai Struktur Elemen Analisis Wacana Van Dijk
Table 3.1	Tabel Struktur Team Produksi Acara “Islam Itu Indah” Di Trans TV

DAFTAR GAMBAR

- Gambar 4.1 Menggambarkan Sikap Badan Ustad Maulana
- Gambar 4.2 Menggambarkan Sikap Badan Ustad Maulana
- Gambar 4.3 Menggambarkan Sikap Badan Ustad Maulana
- Gambar 4.4 Menggambarkan Penampilan dan Pakaian Ustad Maulana
- Gambar 4.5 Menggambarkan Air Muka/ Ekspresi Ustad Maulana
- Gambar 4.6 Menggambarkan Air Muka/ Ekspresi Ustad Maulana
- Gambar 4.7 Menggambarkan Gerakan Tangan Ustad Maulana
- Gambar 4.8 Menggambarkan Gerakan Tangan Ustad Maulana
- Gambar 4.9 Menggambarkan Pandangan Mata Ustad Maulana
- Gambar 4.10 Menggambarkan Pandangan Mata Ustad Maulana

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Keputusan Judul Skripsi

Lampiran 2 Kartu Konsultasi Skripsi

BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Judul merupakan hal yang sangat penting dalam karya ilmiah, karena judul ini akan memberikan gambaran tentang keseluruhan isi skripsi. Masalah yang akan penulis bahas dalam skripsi ini adalah **“Retorika Dakwah Ustad Muh. Nur Maulana Dalam “Islam Itu Indah” Di Trans TV”**. Untuk memperoleh pengertian yang jelas dalam memahami maksud judul skripsi ini. Maka penulis perlu menjelaskan istilah-istilah dalam judul tersebut. Istilah yang akan di jelaskan adalah :

Kata ‘retorika’ berasal dari bahasa Yunani, yaitu (*rhetorikos*) artinya kecakapan berpidato. Kata tersebut terkait dengan kata (*rhetor*) yang berarti pembicara publik, dan terkait dengan kata (*rhema*), yang berarti perkataan. Sehingga secara etimologis, retorika bisa di katakan sebagai kecakapan berpidato pembicara publik yang terbiasa berkata-kata.¹ Retorika adalah ilmu kepandaian berpidato dan seni berbicara di depan umum sehingga orang merasa senang dan tertarik untuk mendengarkan uraian-uraian yang di sampaikan kepada orang lain.² Ada juga yang mengartikan retorika sebagai ilmu yang menjelaskan bagaimana teknik seni berbicara di depan umum sehingga orang merasa senang dan tertarik kepada orang lain dengan maksud agar orang tersebut dapat memahami,

¹ Zainul Maarif, Retorika Metode Komunikasi Public, (Jakarta: Rajawali Pers, 2015), h. 1

² Jallaludin Rahmat, Retorika Modern, (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2007), h. 2

mengetahu, menerima, serta bersedia untuk melaksanakan ajaran yang di sampaikan.³ Titik tolak retorika adalah berbicara. Berbicara berarti mengucapkan kata atau mengucapkan kalimat kepada seseorang atau sekelompok orang untuk mencapai suatu tujuan tertentu misalnya, memberikan informasi atau motivasi retorika di artikan sebagai kesenian untuk berbicara baik, yang di pergunakan dalam proses komunikasi antar manusia.⁴

Kata dakwah menurut bahasa (etimologi) berasal dari bahasa Arab, yaitu dari kata (*da'a*), (*yad'uw*), (*da'watan*). Kata tersebut memiliki makna menyeru, memanggil, mengajak dan melayani. Selain itu juga bermakna mengundang, menuntut dan menghasung. Sementara dalam bentuk perintah atau fi'il amr yaitu *ud'u* yang berarti ajakan atau serulah.⁵ Sementara itu, pengertian dakwah secara istilah ialah mengajak manusia dengan cara bijaksana menuju jalan yang benar sesuai dengan perintah Tuhan demi kebahagiaan dunia dan akhirat.⁶

Ustad Muhammad Nur Maulana atau yang biasa di panggil Ustad Maulana merupakan seorang da'i atau pendakwah lulusan dari pondok pesantren An-Nahda Makassar tahun 1994. Nama Nur Maulana di kenal sejak 2010 lalu. Kepiawaanya membawakan materi ceramah dengan lucu, membuat ia di kenal dan di sukai banyak orang, bahkan membawakan

³ Gentasari Anwar, Retorika Teknis dan Seni Berpidato, (Jakarta: Rineka Cipta, 1995), h. 6

⁴ Dori Wuwu Hendrikus, Retoriks Tampil Berpidato Berdiskusi Berargumentasi Bernegosiasi, (Yogyakarta: Kanisus, 2007), h. 14

⁵ Abdulllah, Ilmu Dakwah, (Depok: PT RajaGrafindo Presada, 2018), h. 3

⁶ Samsul Munir Amin, Sejarah Dakwah, (Jakarta: Amzah, 2015), h. 3

kontrak dengan Trans TV. Ia tak suka menjaga wibawa, mungkin karena kelibahanya itulah ia kemudian akrab di panggil Ustad gaul. Sosok Ustad Maulana yang kerap menyapa pendengarnya dengan sebutan, jama'ah Oh jama'ah yang terkenal. Karakternya yang mudah senyum, jenaka, dan gaul itu pulalah yang di akuinya turut mempengaruhi model dakwahnya yang kerap di selingi humor.⁷

Islam Itu Indah adalah salah satu program religi Islami yang tayang di Trans TV. Program acara ini berisi seputar dakwah yang mendalami tentang ajaran Islam yang di selingi dengan hiburan, dan mengajak audiennya kepada kebajikan. Tidak hanya itu, Islam Itu Indah juga menghadirkan bintang tamu dari kalangan selebritas dan tanya jawab seputar masalah keagamaan di setiap episodenya, yang tayang setiap hari pukul 05.00 WIB.⁸ Dalam hal ini penulis mengambil tayangan untuk penelitian dari media YouTube, yaitu tayangan ulang yang di rilis Trans TV ke YouTube channel Islam Itu Indah Official. Tepatnya tayangan pada priode 9 Juli 2019 dengan tema “Misteri Perjalanan Akhirat”

Dalam penelitian ini, penulis mengambil tayangan pada priode 9 Juli 2019 ‘Misteri Perjalanan Akhirat’ yang di ambil dari channel YouTube Islam Itu Indah Official. karena tayangan di Televisi tidak bisa di putar kembali, maka peneliti menggunakan tayangan ulang tersebut

⁷ TribunWiki, 2019 “Ini Profil Ust. Muh. Nur Maulana dan Kisah Awal Mula Ceramah”. (on-line), Tersedia di : <http://makassar.tribunnews.com/amp/2019/01/20/tribunwiki-ini-profil-ustad-nur-maulana-kisah-awal-mulai-ceramah> (17 Desember, 2019)

⁸TRANS TV : <http://transtv.co.id/program/28/islam-itu-indah> (10 Oktober, 2019)

yang di rilis oleh Trans TV ke You Tube, untuk memudahkan jalanya penelitian.

Program acara dakwah Islam Itu Indah cukup populer dan juga banyak di perbincangkan, dengan adanya salah satu tokoh yaitu Ustad Maulana yang menyampaikan tausiyah dengan bahasa yang ringan serta gaya yang unik dan yang pastinya dengan ciri khasnya menyapa mad'u yang membuat beliau dikenal oleh masyarakat.

Jadi yang penulis maksud dari judul skripsi Retorika Dakwah Ustad Muh. Nur Maulana Dalam “Islam Itu Indah” Di Trans TV adalah untuk mengetahui bagaimana retorika dakwah Ustad Maulana dalam program acara Islam Itu Indah, yang meliputi gaya bahasa, gaya suara, dan gaya gerak tubuh.

B. Alasan Memilih Judul

Adapun alasan penulis memilih judul tersebut ialah :

1. Ustad Maulana yang menampilkan dakwahnya dengan bahasa dan cara penyampaian yang sangat mudah di terima oleh masyarakat dan dengan sisi humornya. Beliau juga memiliki ciri khas dalam dakwahnya, salah satu contohnya adalah salam sapaan khasnya yaitu “jama’ah oh jama’ah, Alhamdulillah”. Fenomena inilah yang menunjukkan bahwa ustad Maulana mampu memunculkan ciri khasnya tersebut dan inilah bentuk keidentikan sapaan beliau, hal ini membuat gambaran tentang ceramah yang membosankan menjadi pengecualian untuk Ustad Maulana.

2. Pokok bahasan mengenai judul skripsi ini sangat relevan dengan disiplin ilmu Jurusan dan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi. Dengan bahan-bahan yang mendukung dalam penelitian ini yang banyak tersedia seperti: buku-buku refensi yang berkaitan dengan penelitian, dokumentasi, dan sumber internet lainnya.

C. Latar Belakang

Manusia selalu membutuhkan komunikasi dengan orang lain. Sebagian besar aktivitas manusia selalu di tandai aktivitas bertutur. Dengan bertutur manusia mengungkapkan dirinya mengatur lingkungannya, dan menciptakan budaya isnani. Kemampuan bertutur atau berbicara bisa merupakan bakat. Kepandaian bicara yang baik memerlukan pengetahuan dan latihan. Orang sering memperhatikan cara dan bentuk pakaian tetapi, lupa memperhatikan cara dan bertutur dengan baik. Disinilah rertorika sebgai “ilmu berbicara” di perlukan oleh setiap orang.⁹

Demikian juga retorika di kenal dalam bahasa Arab sebagai *khutbah* dan *muhadhoroh*. Dalam bahasa Indonesia di kenal dengan istilah pidato. Secara umum retorika adalah seni atau teknik persuasi menggunakan media oral atau tertulis. Dalam pemaknaanya retorika dalam bahasa Inggris yaitu *rhetoric* bersumber dari perkataan Latin *rhetorika* yang berarti ilmu berbicara.¹⁰

⁹ Isbandi Sutrisno dan Ida Wiendijarti, Kajian Retorika Untuk Pengembangan Pengetahuan dan Keterampilan Berpidato, Jurnal Ilmu Komunikasi, Volyme 12, No I, (2014), h.71

¹⁰ Firiana Utami Dewi, Public Speaking, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013), h.59

Retorika atau seni berbicara di hadapan umum adalah salah satu bagian dari komunikasi, dan komunikasi ialah mengajak orang untuk berpartisipasi atau merubah sikap agar bertindak sama dengan maksud komunikator atau orang yang berkomunikasi. Lebih dari itu, retorika sangat penting bagi kehidupan individu dan masyarakat hingga saat ini, apapun latar belakangnya. Mayoritas orang tiap hari berinteraksi dengan orang lain. Ia tak seharusnya berperilaku buruk dalam interaksi tersebut supaya kehidupannya tidak sulit. Karena itu, ia harus sanggup berbicara dan bertindak dengan baik.¹¹

Sampai kapanpun retorika selalu di perlukan, begitu juga bagi seorang yang berada di dunia dakwah. Namun juga harus di sesuaikan dengan situasi yang di hadapi. Karena situasi menentukan tujuan dan cara retorika itu sendiri.

Adapun definisi dakwah dalam Islam ialah mengajak umat manusia dengan hikmah kebijaksanaan untuk mengikuti petunjuk Allah dan Rasul-Nya.¹² Sebagaimana di jelaskan dalam surat Al-Imran ayat 104:

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ

وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ ﴿١٠٤﴾

¹¹ Zainul Maarif, Op-Cit, h. 5

¹² Hamzah Ya'qub, Publistik Islam, (Bandung: Diponegoro, 1992), h. 13

Artinya: “Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan orang yang menyeru kepada kebajikan, dan menyeru (berbuat) yang makruf dan mencegah dari yang munkar mereka itulah orang-orang yang beruntung”.¹³

Ma'ruf yang artinya segala perbuatan yang mendekatkan kita kepada Allah, sedangkan Munkar ialah segala perbuatan yang menjauhkan kita dari pada-Nya.

Retorika dakwah adalah keterampilan menyampaikan ajaran Islam secara lisan untuk memberikan pemahaman yang benar kepada kaum muslim, agar mereka dapat dengan mudah menerima seruan dakwah Islam. Dengan kata lain retorika dakwah dapat di maknai sebagai pidato atau ceramah yang berisikan pesan dakwah. Bagi seorang da'i dalam menyampaikan pesan dakwah perlu yang namanya retorika, karena perlu di ketahui bahwa dakwah akan di terima dengan baik apabila da'i mengetahui kepada siapa dakwah di tunjukan.¹⁴

Pada hakikatnya dakwah dapat di laksanakan oleh siapa saja (umat). Namun dalam praktek, umumnya dakwah di lakukan oleh para juru dakwah atau mubaligh. Dakwah dapat di laksanakan dengan menggunakan buku-buku dan media massa (baik cetak maupun elektronik), (masjid, musholah atau tempat-tempat lain). Disini antara dakwah dan retorika pasti tidak dapat di pisahkan. Sayangnya, tidak banyak para mubaligh (juru dakwah) yang menyadari peranan retorika dalam memperlancar dakwah. Umumnya para juru dakwah hanya

¹³ Al-Qur'anul Karim

¹⁴ Yusuf Zainal Abidin, Pengantar Retorika, (Bandung: Pustaka Setia), h. 123

melakukan dakwah berdasarkan bakat, kebiasaan dan cara dakwah yang masih bersifat tradisional (gaya lama).¹⁵

Sebenarnya harus kita sadari bahwa berdakwah bukan pekerjaan mudah. Bayangkan, seruan atau ajakan yang kita sampaikan adalah seruan untuk merubah sikap dan perilaku yang tercela menjadi sikap perilaku yang sesuai dengan ajaran agama. Tentu juru dakwah harus berbicara kepada jamaah dengan pembicaraan yang berbekas pada jiwa mereka. Agar pembicaraan dalam berdakwah dapat berbekas pada jiwa pendengar (jama'ah), maka minat dan perhatian sasaran dakwah harus di bangkitkan. Dan materi dakwah yang di sajikan harus pula sistematis, teratur dan mendalam. karena itu tidak ada alasan untuk menolak penggunaan retorika dalam berdakwah.¹⁶

Dakwah berupa ceramah saat ini tidak hanya dengan menggunakan media tradisional seperti ceramah-ceramah atau pengajian-pengajian di masjid, akan tetapi saat ini sudah di sajikan menggunakan media modern, dengan berbagai kreasi dan segi format acarnya. Maupun sosok yang mengisi acaranya yaitu ustad dan ustadzahnya, acara dakwah di Televisi sudah mulai banyak dan hampir semua memiliki program dakwah sebagai jalan untuk menyejukan rohani terutama umat muslim di Indonesia. salah satunya adalah program Islam Itu Indah di Trans TV menjadi acara terpopuler di awal tahun 2012 dengan rating tinggi yang menampilkan Ustad Maulana sebagai salah satu pengisi acara.

¹⁵ Gentasari Anwar, *Retorika Teknik dan Seni Berpidato*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2013), h. 23

¹⁶ *Ibid*, h. 24

Ustad Muh. Maulana lahir di ujung pandang, 20 september 1974. Beliau memang dari kecil sudah bercita-cita menjadi seorang Ustad. Ia memberanikan diri untuk berceramah. Awalnya ceramah di lingkungan pesantren, kemudian merambah ke acara syukuran, bahkan dari desa terpencil hingga terkenal seperti saat ini. Cara ceramah Ustad Maulana yang ringan dan sering di selingi senda gurau di anggap lebay. Dengan intonasi dan gerakan khas menyapa jama'ah di acara Islam Itu Indah yaitu "jama'ah oh jama'ah" panggilan yang tengah populer dan identik dengan ustad Maulana. Trans TV tidak mempermasalahkan gaya ceramah Nur Maulana, malah di anggap bisa menciptakan suasana santai dan tidak monoton. Strategi Trans TV berbuah manis, cara Nur Maulana berdakwah menjadi daya tarik. Hasilnya, Islam Itu Indah beroleh reteng cukup bagus dengan share 22 tertinggi untuk acara sejenis.¹⁷

Oleh karena itu kehadiran program acara dakwah Islam Itu Indah yang menarik minat masyarakat, dengan kemunculan gaya ceramah ustad Maulana yang di dominasi humor menunjukkan rating dan share yang di gemari pemirsa.¹⁸ Dengan sapaan khasnya yaitu "jama'ah oh jama'ah, Alhamdulillah" dan juga dengan gerakan uniknya, serta kemampuan beliau yang dapat menyesuaikan kondisi audien atau jama'ah pada saat penyampaian dakwah. Maka penulis tertarik untuk meneliti gaya retorika

¹⁷ Endang Jamhari, 2011 "Ust. M. Nur Maulana (bag.1)". (on-line), tersedia di: <https://archive.tabloidbintang.com/berita/sosok/13174-ust-m-nur-maulana-bag1-gaya-cermahnya-dibanjiri-kritik-juga-pujian.html> (12 Oktober, 2019)

¹⁸ Mutia Rahmi Pratiwi, Interpretasi khalayak Terhadap Program Islam Itu Indah di Trans Tv, Jurnal Interaksi Vol.III No. 1 (2014), h. 46

dakwah Ustad Muh. Nur Maulana dalam ‘Islam Itu Indah’ di Trans TV, pada priode 9 Juli 2019 ‘Misteri Perjalanan Akhirat’.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka rumusan masalah penelitian ini ialah: Bagaimana retorika dakwah yang di sampaikan Ustad Muh. Nur Maulana, pada priode 9 Juli 2019 dengan tema ‘Misteri Perjalanan Akhirat’ dalam program acara Islam Itu Indah di Trans TV?

E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Adapun tujuan dan manfaat penelitian, ialah:

a. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk menemukan jawaban seperti pada pertanyaan rumusan masalah di atas yaitu untuk mengetahui bagaimana gaya retorika dakwah Ustad Muh. Nur Maulana dalam ‘Islam Itu Indah’ di Trans TV, priode 9 Juli 2019 “Misteri Perjalanan Akhirat”

b. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

- a. Di harapkan penelitian ini dapat berguna sebagai sumbangan pemikiran bagi peneliti–peneliti lainnya dalam bidang dakwah, khususnya mengenai retrorika dakwah.
- b. Hasil penelitian ini di harapkan dapat menambah wawasan mengenai retorika dakwah dalam siaran dakwah di televisi.

2. Manfaat Praktis

- a. Di harapkan penelitian ini untuk dapat meningkatkan pelaksanaan dakwah, dan bagaimana dakwah yang di sampaikan dapat diterima oleh mad'u.
- b. Penelitian ini di harapkan menjadi acuan para mubaligh untuk melaksanakan dakwah dengan retorika.

F. Metode Penelitian

Metode merupakan teknik menjawab persoalan yang sudah disusun sejak awal peneletian, metode ini meliputi tahap pengumpulan data dan pengolahan data.¹⁹ Sedangkan metode penelitian merupakan cara ilmiah untu kmendapat data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.²⁰

1. Jenis dan Sifat Penelitian

a. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan jenis penelitian kepustakaan (Library Riserch) yaitu serangkaian kegiatan yang berkenaan dengan metode pengumpulan data pustaka, membaca dan mencatat serta mengelolah bahan penelitian.²¹ Dengan pendekatan kualitatif, yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak di peroleh dengan menggunakan prosedur stastistik.²²

¹⁹ Fairuzul mumtaz , Kupas Metode Penelitian, (Jakarta: Pustaka Diantara,2017), h. 44

²⁰*Ibid*, h. 21

²¹ Mestika Zed, Metode Penelitian Kepustakaan, (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2008), h. 3

²²Evi Martha dan Sudarti Kresno, Metedologi Penelitian Kualitatif, (Jakarta: PT. Grafindo Persada, 2016), h. 1

b. Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat deksriptif yaitu memusatkan penelitian pada masalah-masalah yang bersifat aktual dan menggambarkan fakta-fakta tentang masalah yang akan di selediki. Jadi penulis akan membatasi masalah-masalah yang yang terjadi sehingga pembahasanya tetap terstruktur dan fokus.

Penelitian bersifat deksriptif, yaitu penulis bermaksud menggambarkan secara sistematis tentang permasalahan yang akan di teliti, yaitu mengenai retorika dakwah ustad Maulana dalam Islam Itu Indah di Trans TV, priode 9 Juli 2019 ‘Misteri Perjalanan Akhirar’.

2. Sumber Data

Sumber data adalah subyek darimana data penelitian di peroleh.

Dalam penelitian ini sumber data berasal dari dua sumber yaitu:

a. Data Primer

Data primer adalah data pokok atau data utama dalam penelitian kualitatif berupa tindakan dan kata-kata.²³ Dalam penelitian ini data primer yang di gunakan berupa dokumen berupa video ceramah ustad Maulana pada tayangan Islam Itu Indah di Trans TV, priode 9 Juli 2019 ‘Misteri Perjalanan Akhirat’ yang bersumber dari YouTube channel Islam Itu Indah Official.

²³ Lexy J. Moeleong, Metode Penelitian Kualitatif, (Bandung: Remadja Karya, 1989), h.

b. Data Skunder

Data sekunder adalah data yang dapat mendukung data primer dalam penelitian. Yaitu dokumen pribadi, dokumen resmi, arsip-arsip yang mendukung kegiatan penelitian.²⁴ Sumber data sekunder dalam penelitian ini akan diambil dari sumber pendukung seperti: buku-buku referensi yang berkaitan dan sumber internet lainnya.

3. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah teknik atau cara-cara yang dapat digunakan peneliti untuk mengumpulkan data.²⁵ Sesuai dengan bentuk penelitian kualitatif dan juga jenis sumber data yang dimanfaatkan, maka metode pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah:

a. Dokumentasi

Dokumentasi adalah instrumen pengumpulan data yang sering digunakan dalam berbagai metode pengumpulan data. Tujuannya untuk mendapatkan informasi yang mendukung analisis dan interpretasi data. Dokumen bisa berbentuk dokumen publik atau dokumen privat.²⁶ Dalam studi dokumentasi, peneliti melakukan menelusuran data objek penelitian serta melihat sejauh mana proses yang berjalan terdokumentasi dengan baik.

²⁴*Ibid*, h. 113

²⁵ Rachmat Kriyanto, Riset Komunikasi, (Jakarta: Putra Grafik, 2006), h. 95

²⁶*Ibid*, h. 120

Dalam pelaksanaan metode dokumentasi, peneliti menyelidiki benda-benda tertulis berupa buku-buku, majalah, dokumen maupun melalui media massa yaitu internet. Metode ini penulis gunakan untuk mengumpulkan data tentang buku-buku/refrensi terkait retrorika. Serta dokumentasi tayangan dakwah ustad Maulana dalam Islam Itu Indah di Trans TV, pada priode 9 Juli 2019 dengan tema ‘Misteri Perjalanan Akhirat’ yang di ambil dari YouTube channel Islam Itu Indah Official.

4. Teknik Analisis Data

Menurut Moleong mendefinisikan analisis data sebagai proses mengatur urutan data, megorganisasikan kedalam spola, katagori, dan satuan uraian dasar sehingga dapat di temukan hipotesis kerja seperti yang di sarankan oleh data.²⁷

Analisis data yang di gunakan dalam penelitian ini adalah analisis wacana (*Discourse analysis*) yaitu studi tentang struktur pesan atau telah mengenai aneka fungsi bahasa (pragmatik).²⁸

Analisis wacana tidak hanya mengetahui isi teks, tetapi bagaimana juga isi pesan itu disampaikan lewat kata, frasa, kalimat, metafora macam apa yang disampaikan. Analisis wacana bisa melihat makna yang tersembunyi dari suatu teks dan lebih melihat bagaimana isi

²⁷*Ibid*, h. 167

²⁸ Alex Sobur, Analisis Teks Media Suatu Pengantar Untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik dan Analisis Framing, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2001), h. 68

pesan yang akan di teliti.²⁹ Dalam hal ini peneliti menggunakan model Teun Van A Dijk, menurutnya penelitisian wacana tidak hanya pada teks semata, tetapi bagaimana suatu teks di produksi.

Sesuai dengan metode penelitian dengan pendekatan kualitatif bersifat deksriptif yang menggunakan dasar analisis wacana. Maka, sebagai usaha memahami kenyataan terhadap masalah yang ada. Dengan demikian sistematis langkah-langkah analisis data tersebut yaitu:

- a. Memperoleh atau mengumpulkan data-data yang telah diproses dari hasil dokumentasi berupa video yang besumber dari tayangan program Islam Itu Indah di YouTube chanel 'Islam Itu Indah Official'.
- b. Mentransfer video dalam bentuk kata-kata atau kalimat.
- c. Melakukan interpretasi secukupnya terhadap data yang telah tersusun untuk menjawab rumusan masalah, sebagai hasil kesimpulan yaitu menganalisa gaya berbicara atau retorika yang di sampaikan ustad Maulana pada priode Juli 2019 'Misteri Perjalanan Akhirat' dalam program acara Islam Itu Indah di Trans TV.

²⁹ *Ibid*, h. 68

BAB II

RETORIKA DAKWAH DAN MEDIA KOMUNIKASI DALAM ANALISIS WACANA

A. Retorika Dakwah

1. Pengertian Retorika

Rhetorica atau retorika adalah suatu seni berbicara, “*the art of speech*” (Inggris) atau “*de kunst der welsprekenheid*” (Belanda). Dengan demikian titik berat retorika merupakan seni atau kepandaian praktis dan dianggap bukan suatu ilmu pengetahuan.¹ Retorika dapat di definisikan sebagai kemampuan menemukan alat-alat persuasi yang tersedia pada setiap keadaan yang di hadapai, fungsi ini hanya di miliki oleh seni retorika. Karenanya, di katakana bahwa berdasarkan karakter teknisnya, retorika tidak terkait pada golongan subyek ilmu tertentu.²

Begitu besarnya peranan retorika bagi kehidupan setiap orang, maka sering di pertanyakan, apakah retorika itu merupakan seni atau ilmu. Ada pendapat yang mengatakan, retorika adalah seni. Artinya, hanya dapat di miliki oleh orang-orang yang mempunyai bakat untuk itu. Dilain pihak, ada pula pendapat yang mengatakan bahwa retorika itu merupakan ilmu, sehingga dapat di pelajari oleh siapapun.

Pengertian retorika menurut para ahli, Corax mengartikan retorika lebih ditekankan pada kecakapan seseorang untuk menyampaikan

¹Hamzah Ya'qub, Publistik Islam, (Bandung: Diponegoro, 1992), h. 99

² Aristoteles, Retorika Terjemahan W. Rhy Roberts, (Yogyakarta: Basabasi, 2018), h. 17

untaian kalimatnya di depan khalayak. Dengan demikian kefasihan lidah dan kepandaian untuk mengucapkan kata-kata dalam kalimat di saat seseorang melaksanakan retorika adalah ilmu kepandaian menitipkan pesan merupakan prinsip utama.³

Menurut Aristoteles retorika adalah seni berbicara di depan umum, dan terdapat tiga bagian inti dari retorika yaitu:

- a. Ethos (ethical) yaitu karakter pembicara yang dapat di lihat dan cara ia berkomunikasi, yaitu menunjukan kepada khalayak bahwa kita memiliki kepribadian yang terpercaya dan pengetahuan yang luas.
- b. Pathos (emotional) yaitu perasaan emosional khalayak yang dapat di pahami dengan pendekatan ‘psikologi massa’ , oleh karena itu kita harus mempermainkan perasaan pendengar.
- c. Logos (logical) yaitu pemilihan kata atau kalimat, ungkapan oleh pembicara dengan benar , dalam arti memiliki bukti dan contoh yang kongkrit pada khalayak.⁴

Menurut Gentasari Anwar retorika adalah ilmu dan juga seni. Maksudnya, sebagai suatu ilmu retorika dapat di pelajari secara sistematis dan teratur. Sedangkan sebagai seni, retorika akan lebih berkembang dan di kuasai oleh mereka yang memiliki secara alamiah.⁵

Apabila orang mampu untuk beretorika, maka orang tersebut harus bisa bertanggungjawabkan pemilihan kata dan nada bicara

³Syahroni Ahmad Jaswadi, Retorika, (Surabaya: CV. Cahaya Intan XII, 2014), h. 14

⁴Yusuf Zainal Abidin, Pengantar Retorika, (Bandung: Pustaka Setia), h. 17

⁵Gentasari Anwar, Retorika Teknis dan Seni Berpidato, (Jakarta: Rineka Cipta, 2013), h.

yang sesuai dengan tujuan, ruang, waktu, situasi, dan siapa lawan bicara yang di hadapinya. Berbicara berarti mengucapkan kata atau kalimat kepada seseorang atau sekelompok orang untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Dalam bahasa percakapan atau bahasa populer, retorika berarti pada tempat yang tepat, pada waktu yang tepat, atas cara yang lebih efektif, mengucapkan kata-kata yang tepat, benar dan mengesankan.⁶

2. Unsur-unsur Retorika

a. Pembicara

Pembicara yang cerdas adalah orang yang selalu memperhatikan reaksi yang timbul dari audiensnya, sehingga ia dengan segera akan mengubah strategi dan gaya pidato jika mengetahui bahwa respons audiens negative atau positif. Ciri pribadi komunikator (pembicara) memandang bahwa ada kaitan dengan antara karakter pribadi komunikator dan gaya komunikator (*communicator style*) saat berkomunikasi pada publiknya.⁷

b. Pendengar

Para pendengar atau hadirin (audiens) yang terlibat dalam proses retorika pada hakikatnya merupakan insan-insan yang jelas masing-masing berbeda dan meiliki kekhasanya sendiri. Pendengar atau hadirin, atau di dalam dakwah di sebut dengan mad'u yaitu manusia yang merupakan individu atau bagian dari komunitas

⁶Been Rafanani, Trik Kilat Kuasai Seni Berbicara ,(Yogyakarta: Araska, 2007), h. 8

⁷Bambang S. Maarif, Komunikasi Dakwah Paradigma Untuk Aksi, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2010), h. 133-134

tertentu.⁸ Masing-masing insan pendengar di maksud masuk dalam situasi retorika dengan berbagai maksud, berbeda motif, berlainan harapan, berbeda pengetahuan, dan berbeda dengan kaum intelektual yang selalu menyandarkan rasionalitas untuk menyikapi semua keadaan, maka kalangan praktisi malah melakukan sebaliknya.

c. Penggunaan Bahasa

Yaitu menggunakan bahasa yang baik dan benar. Baik artinya jelas, mudah di pahami dan komunikatif. Benar artinya, menggunakan bahasa sesuai kaidah-kaidah bahasa dan etika berbahasa.⁹ Pembicara harus mampu secara tepat memilih bahasa yang cocok dengan situasi dan kondisi penyimak, di samping ia juga harus mampu menyampaikan bahasa yang di pilihnya itu dengan lafal yang tepat dan jelas, intonasi yang sesuai dengan isi bahasa yang di sampaikan.

3. Pembagian Retorika

Retorika adalah bagian dari ilmu bahasa (*Linguistik*), khususnya ilmu bina bicara (*Sprecherziehung*). Retorika sebagai bagian dari ilmu bina bicara ini mencakup:

a. Monologika

Monologika adalah ilmu tentang seni berbicara secara monolog, dimana hanya seorang yang berbicara. Bentuk-bentuk yang tergolong

⁸Faizah dan Lulu Muchsin Efgendy, Psikologi Dakwah, (Jakarta: Kencana, 2006), h. 70

⁹Ma'arif, Op-Cit, h. 140

dalam monologika adalah pidato, kata sambutan, kuliah, makalah,ceramah dan deklamasi.¹⁰

b. Dialogika

Dialogika adalah ilmu tentang seni berbicara secara dialog, dimana dua orang atau lebih berbicara atau mengambil bagian dalam satu proses pembicaraan. Bentuk dialogika yang penting adalah diskusi, tanya jawab, perundingan, percakapan dan debat.

c. Pembinaan Teknik Bicara

Efektifitas monologika dan dialogika tergantung juga pada teknik bicara.Teknik bicara merupakan syarat bagi retorika.Oleh karena itu pembinaan teknik bicara merupakan bagian yang penting dalam retorika.Dalam bagian ini perhatian lebih diarahkan pada pembinaan teknik bernafas, teknik mengucap, bina suara, teknik membaca dan bercerita.¹¹

4. Macam-macam Gaya Retorika

Gaya atau khususnya gaya bahasa di kenal dengan ilmu retorika dengan istilah style. Gaya (*style*) adalah ciri khas penceramaah ketika menyampaikan sesuatu pesan kepada para pendengar (*audiences*). Biasanya gaya atau style ini meliputi gerakan tangan, gerakan anggota tubuh, mengerutkan kening, arah pandang, melihat persiapan,

¹⁰ Dori Wuwur Hendrikus, Op-Cit, h. 16

¹¹ *Ibid*, h. 17

membuka lembaran buku, persiapan dan sebagainya.¹² Sedangkan menurut Gorys Keraf, gaya adalah cara mengungkapkan diri sendiri, entah melalui bahasa, tingkah laku, berpakaian, dan sebagainya.¹³

Dalam retorika ada 3 macam gaya atau style menurut teori Gorys Keraf yang menggunakan istilah gaya bahasa, gaya suara dan gaya gerak tubuh. Seperti penjelasan berikut:

a. Gaya Bahasa

Gaya bahasa merupakan cara untuk menggunakan bahasa atau yang biasa di sebut biasa di sebut style yang dalam bahasa latin stilus. Gaya bahasa atau style menjadi masalah atau bagian dari diksi atau pilihan kata yang mempersoalkan cocok tidaknya pemakaian kata, frasa atau klausa, tertentu untuk menghadapi situasi tertentu. Oleh karna itu persoalan gaya bahasa meliputi semua hirarki kebahasaan: pilihan kata secara individual, frasa, klausa dan kalimat, bahkan mencakup pula sebuah wacana secara keseluruhan.¹⁴

Dalam menggunakan bahasa, kita harus memperhatikan bagaimana cara kita berbahasa dengan baik dan benar di depan audien. Apakah gaya bahasa yang kita gunakan itu baik ataukah buruk untuk di gunakan. Gaya bahasa memungkinkan kita untuk menilai pribadi, watak dan kemampuan seseorang tersebut dalam

¹²Asmuni Syukir, *Dasar-dasar Strategi Dakwah Islam*, (Surabaya: Al-Ikhlash, 1983), h. 118-119

¹³Gorys Keraf, *Diksi dan Gaya Bahasa*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 1996), h. 113

¹⁴*Ibid*, h. 112

menggunakan bahasa. Semakin baik gaya bahasanya, semakin baik pula penilaian orang terhadapnya, semakin buruk gaya bahasa seseorang, semakin buruk pula penilaian di berikan padanya. Oleh sebab itu gaya bahasa yang baik harus memiliki 3 unsur yaitu: kejujuran, sopan santun dan menarik. Adapun 3 unsur tersebut, sebagai berikut:

1. Kejujuran

Kejujuran dalam bahasa berarti, kita mengikuti aturan-aturan, kaidah-kaidah yang baik dan benar dalam berbahasa. Pemakaian kata-kata yang kabur dan tak terarah, serta penggunaan kalimat yang berbelit-belit adalah jalan untuk mengundang ketidak jujur.Kejujuran adalah suatu pengorbanan. Jika seseorang hanya mencari kesenangan dengan mengabaikan segi kejujuran, maka akan timbul hal-hal yang menjijikan. Hidup seseorang (manusia) hanya dapat bermanfaat bagi dirinya sendiri dan bagi sesamanya, kalau hidup itu di landaskan pada sendi-sendi kejujuran.¹⁵

2. Sopan Santun

Sopan santun yang dimaksud adalah memberi penghargaan atau menghormati orang yang di ajak bicara, khususnya pendengar atau pembaca.Tapi yang di maksud dengan menghormati adalah melalui kejelasan dan

¹⁵*Ibid*, h. 113

kesingkatan. Menyampaikan sesuatu secara jelas berarti tidak membuat pendengar ataupun pembaca memeras keringat untuk mencari tahu apa yang di tulis atau di katakan. Pembaca atau pendengar juga tidak perlu membuang waktu mereka mendengarkan atau membaca suatu yang panjang, jika hal itu bisa di ungkapkan dengan beberapa kata saja. Kejelasan yang demikian di atur dalam beberapa makna yaitu:

- a) Kejelasan dalam struktur gramatikal kata dalam kalimat
- b) Kejelasan dalam korespondensi dengan fakta yang di ungkapkan melalui kata-kata atau kalimat seperti tadi
- c) Kejelasan dalam pengurutan ide secara logis
- d) Kejelasan dalam penggunaan kiasan dan perbandingan.¹⁶

3. Menarik

Gaya yang menarik tidak hanya mengandalkan kejujuran, kejelasan, serta kesinambungan saja. Melainkan adanya komponen lain, seperti: Variasi, humor yang sehat, pengertian yang baik, tenaga hidup (vitalitas), dan penuh daya khayal (imajinasi).¹⁷ Menarik dalam hal pembicara yang baik adalah pembicara yang cermat dalam berbahasa. Sebagai pembicara yang baik di perlukan 3 hal, yaitu:

¹⁶*Ibid*, h. 114

¹⁷*Ibid*, h. 115

- a) Menurut Joseph A. De Vito yang dikutip oleh Luluk Fikri Zuhriya dalam bukunya yang berjudul *Public Speaking*, tentang gaya lisan, gaya yang khususnya mencirikan efektivitas pidato di depan umum.¹⁸ Gaya lisan merupakan kualitas gaya berbicara yang secara jelas dibedakan dengan bahasa tulisan. Seseorang tidak bisa berbicara persis seperti yang seseorang itu tulis. Hal yang membedakan gaya lisan dengan gaya tulisan adalah audiens yang hanya mendengarkan pembicara satu kali dan oleh karenanya harus mudah dicerna.
- b) Pilihan kata, seberapa baik pemilihan kata untuk mengomunikasikan maksud anda. Pilihan kata-kata yang lebih menguraikan, lebih jelas, lebih sesuai, lebih personal, dan lebih menguatkan.
- c) Tentang pembentukan kalimat, pidato yang efektif memerlukan perhatian khusus yang sama dalam hal pembentukan kalimatnya.¹⁹

b. Gaya Suara

Gaya suara merupakan seni dalam berkomunikasi, untuk menikmati perhatian dapat dikerjakan dengan jalan berbicara dengan irama yang berubah-ubah sambil memberikan tekanan-tekanan tertentu pada kata-kata yang memerlukan perhatian

¹⁸Joseph A. De Vito, *Komunikasi Antar Manusia*, Terjemahan Agus Maulana, (Tangerang selatan: Karisma Publishing Group, 2011), h. 447

¹⁹Luluk Fikri Fitriyah, *Public Speaking*. (Surabaya: UIN Sunan Ampel Press, 2014), h. 65

khusus.²⁰

T.A Lathief Rousydy didalam buku Moh.Ali Aziz mengatakan audiens umumnya tertarik kepada pidato seseorang, karena pembicara mempunyai suara yangempuk yang enak didengar, sesuai dan serasi dengan keinginan jiwa pendengar.²¹ Artikulasi yang tepat adalah masalah bagaimana cara membuat nada dari suatu dialek sedemikian rupa sehingga dapat dimengerti oleh orang yang mendengarkan. Menurut Amirulloh artikulasi yaitu kemampuan mengkombinasikan lafal atau pengucapan kata dengan ucapan.²²Cara pengucapan adalah masalah pengucapan nada kata-kata dengan baik dengan tekanan pada aturan yang secara umum dapat yang diterima dalam suatu dialek.Seseorang mungkin bisa mengartikulasikan kata-kata dengan baik, tetapi masih salah mengucapkannya. Dalam gaya suara ada beberapa macam yaitu, sebagai berikut:

1. Pitch

Pitch adalah suatu persepsi perubahan gelombang suara seperti nada dalam skala musikal. Pitch dalam suara selagi berbicara tidak boleh terlalu tinggi ataupun terlalu rendah, tetapi enak digunakan, dan setiap pembicara harus mempelajari berbagai variasi dalam Pitchuntuk menghasilkan yang terbaik.

²⁰A.W. Widjaja, Komunikasi-Komunikasi dan Hubungan Masyarakat (Jakarta: Bumi Aksara, 1993), h. 50

²¹Moh. Ali Aziz, Ilmu Pidato (Surabaya: UIN Sunan Ampel Press, 2015), h. 119

²²Amirulloh Syarbini, Rahasia Sukses Pembicara Hebat (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2011), h.63

Cara seseorang menggunakan variasi pitch dalam suaranya merupakan teknik nonverbal yang penting untuk menekankan arti dalam pesan atau menunjukkan bahwa sesuatu yang bermakna yang umumnya terkait dengan kata tertentu. Seseorang dapat mengharmonisasikan banyak hal dengan keterampilan memanfaatkan perubahan pitch.²³

2. Loudness

Loudness atau kerasnya suara memiliki satu fungsi mendasar dan vital dalam komunikasi. Pesan harus mengandung kekuatan suara yang cukup agar dapat sampai pada saluran menuju komunikan yang dimaksud, sehingga pesan dapat diterima dan dimengerti. Seorang pembicara dapat menekankan sesuatu yang penting dalam pesannya dengan lebih memperkeras atau memperlembut ucapannya daripada tingkat suara yang wajar. Jadi pendengar dapat menerima dengan mudah apa yang disampaikan dengan memperkeras pada kata yang penting.²⁴

3. Rate dan Rhythm

Rate atau kecepatan merupakan cepat lambat dalam irama suara. Biasanya cepat atau lambatnya suara berhubungan erat dengan irama. Para pembicara mesti memperhatikan masalah ini dengan serius. Kita harus mengatur kecepatan suara dan

²³Ernest G. Bormann dan Nancy G. Bormann, *Retorika Suatu Pendekatan Terpadu* (Jakarta: Erlangga, 1989), h. 65

²⁴Ernest G. Bormann dan Nancy, *Op-Cit*, h. 65

serasikan suara dengan irama. Suara yang disampaikan terlalu cepat atau terlalu lambat, akan menyulitkan pendengar dalam menangkap maksud pembicara bahkan pendengar menjadi dingin dan lesu.²⁵Rate atau kecepatan bicara, menunjukkan jumlah kata yang diucapkan dalam satu menit.Kecepatan bicara dipengaruhi isi pesan, tingkat emosionalitas dan intelektual pesan, dan besarnya ruangan.Bila mengutarakan persoalan yang sulit, sebaiknya memperlambat kecepatan bicara. Begitu pula jika berbicara di depan khalayak, dalam ruangan yang luas. Tetapi, para pemula sering berpidato dengan kecepatan tinggi.Secara singkat rate membantu untuk menyampaikan pengertian, mengungkapkan perasaan, dan memberikan tekanan pada gagasan yang perlu ditegaskan.Rhythm atau ritma adalah keteraturan dalam meletakkan tekanan pada bunyi, suku kata, tata kalimat, atau paragraph.²⁶

Pembicara juga harus memiliki kemampuan dalam menciptakan variasi dalam berbicara melalui rate, dan rhythm.Rhythm juga sangat berguna pada saat ingin menyampaikan pesan yang penting dengan memberikan tekanan pada bunyi atau suku kata yang penting.Oleh karena itu ubahlah kecepatan selama berbicara. Variasi kecepatan dan

²⁵Gentasari Anwar, 1995, Op-Cit, h. 87

²⁶Jallaludin Rakhmat,Op-Cit, h. 83-84

nada akan mengurangi kebosanan dan kejenuhan pendengar.²⁷

4. Jeda atau Pause

Jeda atau pause berarti menghentikan bunyi. Kadang-kadang pembicara memisah-misahkan satuan gagasan dengan bunyi: “eh”, “anu”, “apa”, “apa namanya”. Yang seperti ini tidak fungsional dan mengganggu. Para ahli komunikasi menyebutnya intrusions. Intrusions menunjukkan orang yang tidak siap, ragu, kurang persiapan, atau takut. Umumnya jeda yang singkat berguna untuk titik pemisah, sebagai pemisah suatu kesatuan pikiran atau memodifikasi ide, seperti fungsi koma dalam penulisan. Jeda panjang biasanya berguna untuk memisahkan pemikiran yang lengkap seperti kalimat, tanda tanya, tanda seru dalam sebuah kalimat dalam tulisan.²⁸ Tekanan dan jeda dalam bahasa Indonesia sangat penting, karena tekanan dan jeda itu dapat mengubah makna kalimat itu sendiri.²⁹

c. Gaya Gerak Tubuh

Apabila melihat gaya secara umum, gaya adalah cara mengungkapkan diri sendiri, entah melalui bahasa, tingkah laku, berpakaian dan sebagainya.³⁰ Gerak tubuh juga membantu menguatkan bunyi vokal, memberi kerangka atau menguatkan

²⁷Luluk Fikri Fitriyah, Op-Cit, h. 73

²⁸Ernest G. Bormann dan Nancy, Op-Cit, h. 66

²⁹Achmad dan Alek Abdullah, Op-Cit, h. 35

³⁰*Ibid*, h. 34

ucapan bagi seorang pembicara. Dalam komunikasi, gerak fisik paling tidak digunakan dalam tiga hal: Menyampaikan makna, menarik perhatian, dan menumbuhkan kepercayaan diri dan semangat.³¹ Gerak tubuh dalam komunikasi terdiri dari:

1. Sikap Badan

Sikap badan selama berbicara (terutama pada awal pembicaraan) baik duduk atau berdiri menentukan berhasil atau tidaknya penampilan kita sebagai pembicara. Sikap badan (cara berdiri) dapat menimbulkan berbagai penafsiran dari pendengar yang menggambarkan gejala-gejala penampilan kita.³²

2. Penampilan dan Pakaian

Masalah pakaian juga perlu menjadi perhatian. Pakaian bagian dari diri kita. Bila pakaian dinilai kurang pantas, berarti diri kita belum tampil di depan umum (mereka). Kata orang pakaian yang pantas pasti akan menambah kewibawaan. Didalam praktek, cukup banyak pembicara yang mengabaikan pakaian ini.³³

3. Air Muka (Ekspresi) dan Gerakan Tangan

Penyajian materi meski di dukung dengan air muka (ekspresi wajah) yang wajar dan tepat. Dengan kata lain, materi yang di hayati harus tampak melalui air muka (ekspresi wajah).

³¹Jalalludin Rakhmat, Op-Cit, h. 86

³²Gentasri Anwar, Op-Cit, h. 68

³³*Ibid*, h. 59

Perlu di ketahui air muka (ekspresi wajah) bukan sekedar seni untuk mengikat perhatian. Lebih jauh dari itu, warna air muka (ekspresi wajah) yang tepat akan menyentuh langsung jiwa dan pikiran pendengar.³⁴

Ekspresi wajah merupakan salah satu alat terpenting yang di gunakan pembicara dalam berkomunikasi nonverbal yang meliputi senyuman, ketawa, kerutan dahi, mimik yang lucu, gerakan alis yang menunjukkan keraguan, rasa kaget dan sebagainya. Demikian pula dengan gerakan tangan. Dalam berceramah atau berpidato menggunakan gerakan tangan dalam menyajikan materi pasti menarik perhatian pendengar. Gerakan tangan yang sempurna mampu membuat gambar abstrak dari materi yang di sampaikan sehingga tertangkap dengan jelas oleh jiwa atau pikiran pendengar melalui mata. Walaupun demikian perlu di ingat, jangan salah melakukan gerakan tangan.³⁵ Karena, apabila salah dalam melakukan gerakan maka yang terjadi adalah sebaliknya. Bahkan bisa juga merubah makna dari apa yang kita sampaikan.

4. Pandangan Mata

Menggunakan pandangan mata, juga merupakan gaya untuk memikat perhatian peserta (komunikasi). Kata orang, mata adalah matahari pada diri manusia. Mata tidak saja di

³⁴ Ibid, h. 73-74

³⁵ Ibid, h. 74

gubakan untuk melihat, untuk kontak dengan orang lain bahkan juga dapat digunakan sebagai alat atau cermin dari kepribadian orang. Artinya diri kita bisa dinilai orang melalui sorotan mata yang kita pancarkan.

Selama berbicara di depan umum, pandangan mata sangatlah menentukan. Mata dapat mengeluarkan kekuatan magis yang cukup kuat untuk mengarahkan dan mengendalikan perhatian peserta atau mad'u.akhirnya mata adalah yang menentukan terjadinya atau tidaknya kontak antar pembicara dengan audien.³⁶ Jika pembicara tidak melakukan kontak mata atau kontak pandang, audien akan merasa bahwa pembicara tidak yakin dengan apa yang disampaikan dan akan timbul kesalahan ketika mengartikan apa yang disampaikan.

5. Pengertian Retorika Dakwah

Retorika dakwah adalah seni dalam menyampaikan ajaran Islam secara benar, untuk mencapai kebenaran sesuai dengan tuntunan Alqur'an dan Al-Hadist.³⁷ Retorika dakwah berkembang berjalan seiring dengan perkembangan dakwah Islam. Aktivitas dakwah sendiri sudah ada sejak adanya Islam karena memang Islam adalah agama dakwah, yaitu agama yang memberikan nasehat untuk membenarkan dan mengimani apa yang difirmankan Allah SWT serta membenarkan dan melaksanakan

³⁶ Ibid, h. 71-72

³⁷ Abdulllah, Retorika Dan Dakwah Islam, jurnal Dakwah Vol X No. 1 (2009). Hlm 113

perintah yang di katakana nabi-nabi Allah, juga nasihat untuk orang yang banyak agar saling tolong menolong serta saling mengingatkan.

Retorika dakwah juga merupakan cabang dari ilmu komunikasi yang membahas tentang menyampaikan pesan kepada orang lain melalui seni berbicara agar pesan kita dapat di terima. Adapun seni yang di ajarkan oleh Al-Qur'an sebagaimana firman Allah SWT dalam surat An-Nahl ayat 125 :

أَحْسَنُ هِيَ بِالَّتِي وَجَدْتُمْ لَهَا الْحَسَنَةَ وَالْمَوْعِظَةَ بِالْحِكْمَةِ رَبِّكَ سَبِيلٌ إِلَىٰ أَدْعُ
بِالْمُهْتَدِينَ أَعْلَمُ وَهُوَ سَبِيلُهُ عَنِ ضَلَّ بِمَنْ أَعْلَمُ هُوَ رَبُّكَ إِنَّ

Artinya: “Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu, Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan – Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk”.³⁸

Di dalam surat An-Nahl ayat 125 menjelaskan bahwa ada beberapa metode retorika dakwah di antaranya yaitu :

a. Dakwah Bil Hikmah

Menurut al-Qathany yang dikutip oleh Ilyas Ismail dan Prio Hutman, hikmah dalam konteks metode dakwah tidak dibatasi

³⁸Al-Qur'anul Karim

hanya dalam bentuk dakwah dengan ucapan yang lembut, *targhib* (nasihat motivasi), kelembutan dan amnesti, seperti selama ini dipahami orang. Lebih dari itu, hikmah sebagai metode dakwah juga meliputi seluruh pendekatan dakwah dengan kedalaman rasio, pendidikan (*ta''lim watarbiyyah*), nasihat yang baik (*mau''iza al-hasanah*), dialog yang baik pada tempatnya, juga dialog dengan para penentang yang zalim pada tempatnya, hingga meliputi kecaman, ancaman, dan kekuatan senjata pada tempatnya.³⁹

Kata "*Hikmah*" dalam Al-Qur'an disebut sebanyak 20 kali baik dalam bentuk nakiroh maupun ma'rifah, bentuk masdarnya "*hukman*" yang diartikan secara makna aslinya adalah mencegah. Hikmah adalah meletakkan sesuatu sesuai pada tempatnya. Kata hikmah ini sering kali diterjemahkan dalam pengertian bijaksana, yaitu suatu pendekatan sedemikian rupa sehingga akan menimbulkan kesadaran pada pihak mad'u untuk melaksanakan apa yang didengarnya dari dakwah itu. Dengan demikian dakwah bil hikmah merupakan suatu metode pendekatan komunikasi yang dilakukan atas dasar persuasif.⁴⁰

b. Dakwah Bil Mau'idza Al-Hasanah

Secara bahasa, *mau''izhah hasanah* terdiri dari dua kata, yaitu mau'izah dan hasanah. Kata *mau''izhah* berasal dari kata *wa''adza-ya''idzuwa''dzan-,,idzatan* yang berarti; nasihat, bimbingan,

³⁹ Ilyas Ismail, Prio Hutman, *Filsafat Dakwah Rekayasa Membangun Agama Dan Peradaban Islam*, (Jakarta: Kencana Frenada Media Group, 2011), h. 202

⁴⁰ Fathul Bahri An-Nabary, *Meniti Jalan Dakwah*, (Jakarta: Amza, 2008), h. 240

pendidikan dan peringatan. Sementara *hasanah* memiliki arti kebaikan.⁴¹

Kata “*jadala*” dapat bermakna menarik tali dan mengikatnya guna menguatkan sesuatu, orang yang berdebat bagaikan menarik dengan ucapan untuk meyakinkan lawannya dengan menguatkan pendapatnya melalui argumentasi yang disampaikan.⁴²

c. Dakwah Bil Mujadalah

Dari segi etimologi (bahasa) lafazh mujadalah terambil dari kata “*jadalah*” yang bermakna meneliti, dan apabila di tambah dengan *alif* pada huruf *jim* yang mengikuti *fazan fa’alah*, “*jaadala*” dapat bermakna berdebat, dan “mujadalah berdebatan.”⁴³ Kata “*jadalah*” dapat bermakna menarik tali dan mengikatnya guna menguatkan sesuatu, orang yang berdebat bagaikan menarik dengan ucapan untuk meyakinkan lawan dengan menguatkan pendapatnya melalui argumentasi yang disampaikan. Metode ini digunakan untuk mengajak manusia ke jalan Allah SWT, yang memang sangat beragam.

Dari pengertian ini dapat diambil kesimpulan bahwa al-mujadalah merupakan tukar pendapat yang dilakukan oleh dua pihak secara sinergis, yang tidak melahirkan permusuhan dengan tujuan agar lawan menerima pendapat yang diajukan dengan tujuan agar lawan dapat menerima pendapat yang diajukan dengan

⁴¹ M. Munir, *Metode Dakwah*, Edisi Revisi, (Jakarta: Kencana, 2009), h. 15

⁴² *Ibid*, h. 17

⁴³ Fathul Bahri An-Nabary, *Op-Cit*, h. 243

memebrikan argumentasi dan bukti yang kuat.⁴⁴

B. Media Komunikasi

1. Pengertian Media Komunikasi

Kegiatan komunikasi yang merupakan sebuah aktivitas yang dilakukan oleh setiap orang maupun organisasi, tidak luput dari sebuah media yang di gunakan dalam penyampaian pesan atau berita, dari pengirim berita kepada penerima berita. Kata media berasal dari bahasa Latin *Medius* yang secara harfiah bearti “tengah”, “pertama”, atau “pengantar”. Dalam bahasa Arab media adalah perantara atau pengantar pesan dari pengirim kepada penerima pesan.⁴⁵ Jadi dalam pengertian yang lain, media adalah alat atau sarana yang di pergunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak banyak.⁴⁶

Secara sederhana, istilah media bisa di jelaskan sebagai alat komunikasi. Terkadang pengertian media ini cenderung lebih dekat terhadap sifatnya yang massa karena terlihat dari berbagai teori yang muncul damalm komunikasi massa. Namun, semua definisi yang ada memiliki kecenderungan yang sama bahwa kettika di sebutkan kata “media” yang muncul bersamaan dengan itu adalah sarana di sertai dengan teknologinya.⁴⁷

Komunikasi merupakan aktivitas dasar manusia, sebagai makhluk

⁴⁴*Ibid*, h. 244-245

⁴⁵Azhar Arsyad, *Media Pembelajaran*, (Jakarta: PT. Raja Grasindo Persada, 2005), h. 3

⁴⁶Deify Timbowo, *Manfaat Penggunaan Smartohone Sebagai Media Komunikasi*, e-jurnal “Acta Diurna” VOL.V NO. 2 (2016), h. 4

⁴⁷Rully Nasruallah, *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sositeknologi* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017), h. 3

sosial, manusia akan selalu memerlukan interaksi dengan orang lain, baik di kehidupan sehari-hari di dalam rumah, tempat kerja, dalam masyarakat atau dimana saja manusia itu berada. Komunikasi atau yang dalam bahasa Inggris *communication* berasal dari bahasa Latin *communicatio*, dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama. Sama disini maksudnya sama makna. Soedjono Soekanto, (kamus sosiologi): *communication* adalah proses penyampaian pesan dari satu pihak ke pihak lain, sehingga terjadi pengertian bersama. Jika tidak terjadi kesamaan antara kedua actor komunikasi “*communication actors*” yaitu komunikator dengan komunikan, dengan lain perkataan komunikan tidak mengerti dengan pesan yang di terimanya, maka komunikasi tidak terjadi. Dengan rumusan lain situasinya tidak komunikatif.⁴⁸

Komunikasi menurut para ahli, Jenis dan Kelly menyebut komunikasi adalah suatu proses melalui mana seseorang (komunikator) menyampaikan stimulus (biasanya dalam bentuk kata-kata) dengan tujuan membentuk perilaku orang lain (khalayak). Menurut Berelson dan Stainer, komunikasi adalah suatu proses penyampaian informasi, gagasan, emosi, keahlian dan lain-lain. Melalui penggunaan symbol-simbol seperti kata-kata, gambar-gambar, angka-angka, dan lainnya.⁴⁹ Menurut istilah komunikasi adalah cara yang baik untuk menggambarkan komunikasi dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut (*who says what and with*

⁴⁸Onong Uchjana Effendi, Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi, (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 1993), h. 30

⁴⁹Dani Vardiansyah, Filsafat Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar, Cet. II, (Jakarta: PT. Indeks, 2008), h. 25-26

channel to whom with what effect?) atau siapa yang mengatakan apa dengan salian apa kepada siapa dengan pengaruh bagaimana (Harold Laswell).⁵⁰

Secara sederhana, sebuah media komunikasi adalah sebuah perantara dalam menyampaikan sebuah informasi dari komunikator kepada komunikan yang bertujuan agar efisien dalam menyebarkan informasi atau pesan. Media komunikasi memiliki 3 fungsi yaitu, meliputi:

- a. Efektifitas: Media komunikasi sebagai sarana untuk mempermudah dalam penyampaian informasi.
- b. Efisiensi: Yaitu sebagai sarana untuk membantu mempercepat isi pesan yang mempunyai sifat abstrak.
- c. Motivasi: Media komunikasi sebagai sarana agar lebih semangat melakukan komunikasi.⁵¹

Secara umum komunikasi dapat di artikan sebagai suatu penyampaian pesan baik verbal maupun non verbal yang mengandung arti atau makna tertentu atau lebih jelasnya dapat di katakana penyampaian informasi atau gagasan dari seseorang kepada orang lain baik itu berupa pikiran dan perasaan-perasaan melalui sarana atau saluran tertentu.

⁵⁰Daddy Mulyana, Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2010), h. 69

⁵¹Seputar Ilmu, 2019 “Media Komunikasi” (on-line), tersedia di: <https://seputarilmu.com/2019/10/media-komunikasi.html> (9 Januari, 2020)

2. Jenis-jenis Media Komunikasi

Media komunikasi memiliki beberapa jenis yang di bagi menjadi dua macam yaitu media cetak dan media elektronik yaitu, sebagai berikut:

a. Media Cetak

Media cetak merupakan media komunikasi tercetak atau tertulis di maksudkan untuk menjangkau publik eksternal. Media eksternal cetak ini berfungsi sebagai media penghubung, sarana menyampaikan keterangan-keterangan kepada khalayak, media pendidikan, sarana pembentuk opini public, dan sarana pembangun citra.⁵²

1. Surat Kabar

Surat kabar merupakan kumpulan dari berita, artikel, cerita, iklan dan sebagainya yang di cetak kedalam lembaran kertas ukuran plano yang di terbitkan secara teratur, dan bisa terbit setiap hari atau satu minggu satu kali.⁵³ Surat kabar pertama kali di terbitkan dan di perjual belikan pertama kali di Amerika Serikat, menurut sejarahnya surat kabar di temukan oleh seorang imigran dari Inggris pada tahun 1690, bernama Benyamin Haris.⁵⁴

Surat kabar pada perkembanganya saat ini menjelma sebagai salah satu bentuk dari pers yang mempunyai kekuatan

⁵²Arni Muhammad, *Komunikasi Organisasi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2005), h. 123

⁵³Totok Djuruto, *Manajemen Penerbitan Pers*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2002),

⁵⁴*Ibid*, h. 5

dan kewenangan untuk menjadi sebuah control sosial dalam kehidupan berbangsa dan bernegara. Hal tersebut di sebabkan karna filsafa pers yang selalu identik dengan kehidupan sosial, budaya dan politik

2. Majalah

Majalah adalah sebuah media publikasi atau terbitan secara berkala yang memuat artikel-artikel dari berbagai penulis. Selain memuat artikel, majalah juga merupakan publikasi yang berisi cerita pendek, gambar, review, ilustrasi atau fitur lainnya yang mewarnai dari isi majalah. Oleh karna itu majalah di jadikan salah satu pusat informasi bacaan yang sering di jadikan bahan rujukan oleh para pembaca dalam mencari hal yang di inginkanya.⁵⁵

Salah satu bentuk media massa yang sejak dahulu adalah majalah, kehadiranya selain mengarah kepada pelayanan kebutuhan masyarakat maka majalah di arahkan juga kepada khalayak yang lebih khas kepada gaya hidup mereka maupun prbedaan demografisnya.⁵⁶ Tipe atau kategori suatu majalah di tentukan oleh suatu sasaran khalayak yang di tuju, artinya sejak awal redaksi sudah menentukan siapa yang akan menjadi pembacanya, apakah anak-anak, remaja, wanita dewasa, pria

⁵⁵<http://www.e-jurnal.com/2013/12/pwngertian-majalah.html?m=1> Di akses (26, Januari 2020)

⁵⁶Alo Leleweri, Memahami Komunikasi Massa Dalam Masyarakat, (Bandung: PT.Citra Aditya Bakti, 1991), h. 11

dewasa, atau untuk pembaca umum dari remaja sampai dewasa. Bisa juga sasaran pembaca dari kalangan profesi tertentu, seperti pelaku bisnis atau pembaca dengan hobi tertentu.⁵⁷

b. Media Elektronik

Media elektronik adalah informasi atau data yang dibuat, di sebar dan diakses dengan menggunakan suatu bentuk elektronik, energy elektromekanikal, atau alat lain yang di gunakan dalam komunikasi elektronik. Yang termasuk kedalam media elektronik antara lain:

1. Radio

Radio ialah media audio yang mampu mengirimkan pesan berupa informasi lisan (suara) kepada khalayak.⁵⁸ Rahanatha menjelaskan pengertian radio adalah teknologi yang di gunakan untuk pebgiriman sinyal dengan cara modulasi dan radiasi elktromagnetik (gelombang elektro magnetic). Dengan demikian, yang dimaksud dengan istilah radio bukan hanya bentuk fisiknya, tetapi antara bentuk fisik dengan kegiatan radio adalah saling berhubungan dan tidak dapat di pisahkan satu sama lain. Karena itu apabila pnegertian radio tersebut di pisahkan satu persatu ataupun di perinci secara fisik, maka yang di maksud dengan radio adalah keseluruhan daripada

⁵⁷Elvinaro Ardianto, *Komunikasi Suatu Pengantar*, (Bandung: Simbiosi Rekatama Media, 2007), h. 119

⁵⁸*Ibid*, h. 124

pemancar, studio dan pesawat penerima sekaligus.⁵⁹

Ada tiga faktor pendukung radio yaitu:

- a. Radio siaran bersifat langsung, adalah bahwa suatu pesan yang akan di siarkan dapat di lakukan tanpa melalui proses yang rumit.
- b. Radio siaran tidak mengenal jarak dan rintangan, bagi radio tidak ada jarak waktu begitu suatu pesan di ucapkan oleh penyiar pada saat itu juga dapat di terima oleh khalayak.
- c. Radio siaran memiliki daya tarik, di sebabkan oleh tiga unsure yang melekat yaitu, kata-kata lisan (spoken word), musik (music), dan efek suara (sound effect).⁶⁰

Meskipun setelah itu muncul media baru, radio masi diminati. Selain dari segi ekonomis, khalayak juga bisa lebih santai saat mendengarkan radio.

2. Televisi

Sebagai media informasi, televisi memiliki kekuatan yang ampuh untuk menyampaikan pesan karena media ini dapat menghadirkan pengalaman yang seolah olah di alami sendiri dengan jangkauan yang luas.⁶¹

3. Film

Film adalah gambar hidup, hasil dari seongkok seluloid, yang di putar dengan mempergunakan proyektor dan di

⁵⁹Khomsahrial Romli, Komunikasi Massa, (Jakarta: PT. Grasindo, 2016), h. 77

⁶⁰*Ibid*, h. 79

⁶¹*Ibid*, h. 88

tambahkan ke layar, yang di pertunjukan di gedung bisokop.⁶²

Film memiliki kemajuan secara teknis, tetapi film tidak hanya mekanis saja. Ada jiwa dan nuansa di dalamnya yang di hidupkan oleh cerita dan scenario yang memikat. Sebuah film berurusan dengan gambaran eksternal, visual, dan auditional, serta konflik-konflik internal. Ibarat sebuah bangunan, aksi dan gerakan menjadi batu utama bagi pondasi film. Film yang mengedapankan hasil dalam pemasaraan atau komersial akan selalu mengikuti selera pasar, meskipun tantangan sebuah film adalah merealisasikanya.⁶³

4. komputer dan internet

komuter berasal dari kata computare yang berarti menghitung. Komputer adalah mesin yang dapat memanipulasi, menyimpan, dan mengelolah data sesuai dengan prosedur dan intruksi yang di berikan.

Internet merupakan produk teknologi yang banyak di manfaatkan oleh masyarakat. Sebagai produk teknologi, maka internet dapat memunculkan jenis interaksi sosial baru yang berbeda dengan interaksi sosial sebelumnya. Jika sebelumnya orang berinteraksi dengan face to face communication, maka dewasa ini masyarakat berinteraksi di dunia maya atau melalui interaksi sosial online. Melalui kecanggihan teknologi

⁶²*Ibid*, h. 97

⁶³*Ibid*, h. 100

informasi, maka masyarakat memiliki alternative lain untuk berinteraksi sosial.⁶⁴

5. Smartphone (Telephone Seluler)

Smartphone adalah telephone yang internet enabled yang biasanya menyediakan fungsi Personal Digital Assistant (PDA), seperti fungsi kalender, buku agenda, buku alamat, kalkulator, dan catatan.⁶⁵ Smartphone merupakan salah satu dari perkembangan teknologi dengan kecanggihan teknologi saat ini, fungsi smartphone tidak hanya sebagai alat komunikasi biasa tetapi juga dapat mengakses internet, SMS, MMS, dan juga dapat saling mengirim data dan lain sebagainya. Dengan semakin majunya teknologi smartphone, maka semakin membantu masyarakat dalam melakukan segala aktivitas, karena smartphone dapat dikatakan sebagai identitas seseorang.

3. Televisi

Televisi merupakan alat penangkap siaran bergambar berupa audio visual dan penyiaran vidionya di siarkan secara broadcasting. Kata televisi berasal dari bahasa yunani yaitu kata ‘tele’ yang berarti jauh dan ‘vision’ yang berarti melihat. Jadi, jika di simpulkan secara harfiah berarti ‘melihat jauh’, karena pemirsa berada jauh dari studio televisi. Televisi adalah media pandang sekaligus media dengar (audio visual). Ia berbeda

⁶⁴Shiefti Dyah Alyusi, Media Sosial: Interaksi, Identitas, dan Modal Sosial, (Jakarta: Kencana, 2016), h. 1

⁶⁵Garry Thomas dan Misty, Discovering Computers: Fundamentals 3th ed (Terjemaha), (Jakarta: Salemba Infotek, 2007), h. 68

dengan media cetak yang lebih merupakan media pandang orang memandang gambar yang di tayangkan di televisi, sekaligus mendengar serta mencerna narasi atau narasi dari gambar tersebut.⁶⁶

Sebagai media massa, televisi memiliki karakteristik tersendiri, diantaranya:

- a. Tidak bersifat alamiah tetapi selalu tersusun, di bentuk dan di rencanakan dan bahkan melalui wadah organisasi
- b. Karena sifatnya yang di organisasikan maka kegiatannya tidak bersifat personal, melainkan berlangsung dalam jangkauan komunikasi yang luas yang di laksanakan dalam bentuk jamak serta masalitas.
- c. Kegiatannya terarah dan bertujuan, sehingga merupakan hal yang di rencanakan.
- d. Komunkator kerap kali bukan merupakan satu orang atausecara individu, melainkan secara kolektif.⁶⁷

Jadi dapat di simpulkan bahwa televisi merupakan media komunikasi massa yang meiliki perpaduan antara audio dan visual, yang mana masyarakat dapat melihat mendengar melalui audio dan melihat melalui visual. Televisi juga sebagai media massa yang mudah di akses oleh masyarakat atau khalayak.

⁶⁶ Adi Badjuri, *Jurnalisti Televisi*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), h. 3

⁶⁷ Darwanto Satro Subroto, *Televisi Sebagai Media Pendidikan*, (Yogyakarta: Duta Wacana University Press, 1995), h. 21

4. YouTube

YouTube adalah sebuah situs web video sharing (berbagi video) populer yang di dirikan pada Febuari 2005 oleh tiga orang bekas karyawan PayPal: Chad Harley, Steven Chen, dan Jawed Karim. Menurut perusahaan penelitian internet Hitwise, pada Mei 2016 memiliki pangsa pasar sebesar 43 persen. Makin cepatnya akses internet dan murahnya piranti perekam video dianggap menjadi salah satu faktor yang membuat you tube sangat pupuler.⁶⁸

YouTube merupakan video online dan yang utama kegunaan dari situs ini ialah sebagai media untuk mencari, melihat, berbagi video yang asli dan dari segala penjuru dunia melalui suatu web.YouTube memudahkan orang untuk mengambil dan berbagi video klip melalui www.YouTube.com.⁶⁹

Melalui YouTube, selain kita bisa mengupload video milik kita sendiri, tentunya kita juga bisa menyaksikan berbagai macam video menarik secara gratis. Video yang ada di YouTube umumnya berisi video documenter, video klip, film, dan masih banyak lainnya.⁷⁰ YouTube yang merupakan salah satu dari media sosial dengan fenomena yang terjadi belakangan ini, dimana banyak sekali orang atau sebagian kelompok menjadi terkenal situs ini.YouTube menjadi sarana dimana banyak orang

⁶⁸Muh.Siswa. R, Pengguna YouTube Sebagai Elektronik Public Relation, e-Journal Ilmu Komunikasi, Vol 3, No 2 (2015), h. 18

⁶⁹Dian Budiargo, Berkomunikasi Ala Net Generation, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2015), h. 47

⁷⁰Dominikus Juju dan Feri Sulianta, Branding Promotion With Social Network, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2010), h. 177

mengekspresikan diri dengan kemampuannya. Dan YouTube menjadi salah satu media massa yang sangat terkenal dan mudah untuk di akses.

C. Tinjauan Mengenai Analisis Wacana

1. Pengertian Analisis Wacana

Secara etimologi wacana berasal dari bahasa Sansekerta wac/wak/vak, artinya ‘berkata’ atau ‘berucap’. Kata *ana* yang berada di belakang adalah bentuk sufiks (akhiran) yang bermakna ‘membedakan’ (nominalisasi). Kemudian kata tersebut mengalami perubahan menjadi wacana. Jadi kata wacana dapat di artikan sebagai perkataan atau tuturan.⁷¹ Namun, istilah wacana di perkenalkan dan di gunakan oleh para ahli Linguis di Indonesia sebagai terjemahan dari bahasa Inggris *discourse*. Kata *discourse* sendiri berasal dari bahasa Latin *discurcus* (lari kesana kemari). Kata ini diturunkan dari kata *dis* (dan/dalam arah yang berbeda) dan kata *currere* (lari).⁷²

Analisis wacana merupakan suatu studi tentang struktur pesan dalam komunikasi, atau lebih tepatnya analisis wacana adalah telaah mengenai aneka fungsi (pragmatik) bahasa. Analisis wacana lahir dari kesadaran bahwa persoalan yang terdapat dalam komunikasi bukan terbatas pada penggunaan kalimat atau bagian kalmia, fungsi ucapan, tetapi juga mencakup struktur pesan yang lebih kompleks dan intern. analisis wacana tidak lepas dari pemakaian kaidah berbagai cabang

⁷¹Alex Sobur, Op-Cit, h. 48

⁷²Dede Oetomo, Keahiran dan Perkembangan Analisis Wacana, (Yogyakarta: kanisius, 1993), h.3

ilmu bahasa, seperti halnya semantik, sintaksis dan sebagainya.⁷³

Menurut Tarigan wacana adalah satuan bahasa yang terlengkap, tertinggi atau yang terbesar diatas kalimat atau klausa dengan koherensi tinggi yang berkesinambungan yang mempunyai awal dan akhir yang nyata di sampaikan oleh lisan atau tertulis.⁷⁴Sedangkan, Van Dijk menyatakan bahwa wacana itu sebenarnya adalah bangun teoritis yang abstrak (*The abstract theoretical construct*) dengan begitu wacana belum dilihat sebagai perwujudan wacana adalah teks.⁷⁵

Sebuah kalimat terungkap bukan hanya karena ada orang yang membentuknya dengan motivasi dan kepentingan subjektif tertentu.Terlepas dari apapun motivasi atau kepentingan orang tersebut.Kalimat yang di tuturkan tidak dapat di manipulasi semanya oleh yang bersangkutan, melainkan tutur kata dengan aturan yang ada.Karena bahasa selalu menjadi milik bersama di ruang public atau khalayak.

Dari beberpa pendapat di atas, dapat di simpulkan waana adalah gagasan umum bahwa bahasa di tata menurut pola-pola berbeda yang di ikuti ujaran-ujaran para pengguna bahasa ketika mereka mengambil bagian dalam domain-domain kehidupan sosial yang berbeda.

2. Kerangka Anslisis Wacana Van Dijk

Van Dijk melihat suatu teks terdiri atas beberapa struktur atau

⁷³Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2006), h. 48

⁷⁴Henry Guntur Tarian, *Pengajaran Wacana*, (Bandung: Remaja Rosdakarya), h. 5

⁷⁵Abdul Rani, *Analisis Wacana Sebagai Kajian*, (Malang: Bayu Media, 2004), h. 4

tingkatan yang masing-masing bagian saling mendukung. Ia membaginya ke dalam tiga tingkatan. Yaitu struktur makro, super struktur dan struktur mikro.

1) Struktur Makro

Merupakan makna global (*global meaning*) dari suatu wacana atau teks yang dapat di pahami dengan melihat topic dari suatu teks atau wacana tersebut.

2) Superstruktur

Yaitu kerangka suatu teks, bagaimana struktur dan elemen waca itu di susun dalam teks secara utuh, seperti bagian pendahuluan, isi, penutup, dan kesimpulan.

3) Struktur Mikro

Merupakan makna lokal dari suatu teks yang dapat di amati dari pilihan kata, kalimat dan gaya yang di pakai oleh suatu teks.⁷⁶

Sedangkan struktur dan elemen yang di kemukakan Van Dijk dapat di gambarkan sebagai berikut:

Tabel 2.1

Struktur Wacana	Van Dijk	Elemen
Struktur Makro	Tematik Tema/ topik yang di kedepankan dalam suatu berita	Topik

⁷⁶Jurnal Modeling, Volume 4, Nomor 2, 2017, h. 206

Superstruktur	Skematik Bagaimana bagian dan urutan berita di sekmakan dalam suatu teks berita utuh	Skema
Struktur Mikro	Semantik Sebuah makna yang ingin di tekan dalam sebuah teks berita. Missal dengan member detail pada satu sisi atau membuat eksplisit atau sisi dan mengurangi detail sisi lain.	Latar detil, Maksud, Pra anggapan, Nominalisasi
Struktur Mikro	Sintaksis Bagaimana kalimat (bentuk, susunan) yang di pilih	Bentuk kalimat, Koherensif, Kata Ganti
Struktur Mikro	Stilistik Bagaimana pilihan kata yang di pakai dalam teks berita	Leksikon
Struktur Mikro	Retoris Bagaimana dan dengan cara apa penekanan di lakukan	Grafis, Metafora, Ekspresi ⁷⁷

Sumber: Eriyanto, Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media

⁷⁷Eriyanto, Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media, (Yogyakarta: LKiS, 2011),
h. 56

D. Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka ini adalah mengkaji hasil penelitian-penelitian yang sejenis dengan penelitian yang penulis lakukan. Sebagai upaya menghindari asumsi plagiasi hasil karya ilmiah, maka peneliti telah mengadakan penelusuran terhadap beberapa karya ilmiah. Adapun beberapa penelitian yang dijadikan tinjauan pustaka dalam penelitian ini yaitu :

1. Retorika Dalam Program Islam Itu Indah (Studi Komperatif Oki Setiana Dewi dan Nur Maulana). Judul skripsi ini disusun oleh Lizza Rnifia C yang lulus pada tahun 2017.⁷⁸ Dalam penelitian ini, peneliti memfokuskan pada studi komperatif. Metode penelitian komperatif yaitu suatu metode yang membandingkan antara pendapat yang satu dengan yang lain untuk memperoleh suatu kesimpulan dalam meneliti faktor-faktor yang berhubungan dengan situasi atau fenomena yang diselidiki atau dibandingkan dengan masalah tersebut. Menganalisis tayangan program Islam Itu Indah pada periode Januari 2017 “Allah Ada Dimanamana”.

Adapun hasil penelitian ini yaitu, bahwa Oki Setiana Dewi dan Nur Maulana memiliki karakter yang berbeda dalam menyampaikan materi ceramahnya dengan mempertimbangkan 3 hal yakni: Yang pertama Erthos yang berkaitan dengan latar belakang da'i, yaitu dari segi pendidikan formal maupun non formal. Dan faktor lain seperti

⁷⁸ Lizza Rnifia C, Retorika Dalam Program Islam Itu Indah (Studi Komperatif Oki Setiana Dewi dan Nur Maulana), (Skripsi Program S1 Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Negeri Walisongo Semarang, 2017)

penyampaian materi. Yang kedua Pathos yakni, berkaitan dengan emosi yang menunjukkan perasaan emosional audiens yang dapat dilihat dari da'i. Oki menyampaikan nada serta emosi tepat ketika menyampaikannya. Sedangkan Nur Maulana menyampaikannya secara tekstual dan mendalami situasinya. Yang ketiga yaitu Logos yang berkaitan dengan pilihan kata atau diksi dalam berbicara. Secara keseluruhan Oki mampu menyampaikan ceramahnya pada audiens. Hanya saja ada beberapa pemilihan kata atau diksi, ketika mengucapkan mendekat kepada ku sehasta, pada pengucapan kalimat "Mendekat" Oki mengucapkannya agak grogi dan terbata-bata sehingga terdengar membosankan, tidak menguasai ceramah. Sedangkan Nur Maulana yakni ketika menyampaikan materi ceramahnya terlihat lebih tekstual karena menjelaskan terkait hadits dan ayat Al-Qur'an yang menjelaskan keberadaan Allah SWT, dengan cara berdzikir.

2. Presepsi Mahasiswa Terhadap Retorika Dakwah Ustadz Abdul Somad Di Media You Tube (Studi Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung). skripsi ini disusun oleh Siti Dewi Wulandari yang lulus pada tahun 2018.⁷⁹ Dalam penelitian ini peneliti menggunakan penelitian lapangan yang membahas penyampaian yang membahas penyampaian dakwah ustadz Abdul Somad dari segi gaya bahasa, materi yang menarik dan gaya suara beliau dalam berdakwah di

⁷⁹ Siti Dewi Wulandari, Presepsi Mahasiswa Terhadap Retorika Dakwah Ustadz Abdul Somad Di Media You Tube (Studi Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung), (Skripsi Program S1 Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Raden Intan Lampung, 2018)

media You Tube. Dan memfokuskan pada presepsi atau tanggapan para mahasiswa terhadap gaya bahasa yang di gunakan oleh ustadz Abdul Somad tersebut.

Adapun hasil dalam penelitian ini adalah bahwa menurut presepsi mahasiswa terhadap retorika dakwah Ustad Abdul Somad dilihat dari segi gaya bahasa menggunakan bahasa yang mudah di pahami. Dan dalam berdakwah Ustad Abdul Somad menggunakan beberapa teknik retorika yaitu, teknik persuasife yang berarti dapat mempengaruhi orang lain melauui psikologis, rekreatif yaitu menghibur khalayak atau mad'u dengan humor-humor yang segar, dan logos yang berarti meyakinkan khalayak melalui logika.

3. Retorika Dakwah Fadila Yahya Melalui Story Telling. Skripsi ini di susun oleh Arif Dharma Prasetyo, yang lulus pada tahun 2019.⁸⁰ dalam penelitian ini, penulis meneliti mengenai retorika dakwah Fdilla Yahyah salah satu tokoh dakwah terkenal, dengan gaya retorika yang meliputi gaya bahasa, gaya suara, gaya gerak tubuh dan story telling.

Adapun hasil dari penelitian ini adalah bahwa gaya retorika dakwah Fadila Yahya melalui *story telling* pada acara Presenter *Competition* 2018 dan Seleksi 20 Besar Sunsilk Hijab Hunt 2018: gaya bahasa menggunakan semua gaya bahasa. Sedangkan berdasarkan nada, menggunakan gaya bahasa sederhana dan menengah. Gaya bahasa

⁸⁰Arif Dharma Prasetyo, Retorika Dakwah Fdila Yahya Melalui Story Telling, Skripsi Program S1 Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2019)

berdasarkan struktur kalimat Fadillah Yahya menggunakan Paralisme dan Repetisi Tautotes. Sedangkan gaya bahasa berdasarkan langsung tidaknya makna yang digunakan Fadila Yahya yaitu Perifrasis, Prolepsis atau Antisipasi, Erotesis atau Pertanyaan Retoris, Antonomasia dan Hipalase.

Dengan gaya suara memperhatikan penggunaan *pitch*, *loudness*, *rate* dan *rhythm*, *pause* atau jeda. Fadila juga mampu mengatur tinggi rendah, keras lembutnya suara, kemudian ia meletakkan jeda dan penekanan bunyi pada bagian tertentu. Sehingga para audiens dapat memahami apa yang ia sampaikan. Selain itu Fadila juga menggunakan tempo yang santai, tidak terlalu cepat dan tidak terlalu lambat yang ia sesuaikan dengan kalimat tertentu. Dan dengan gaya gerak tubuh yang mengikuti sesuai dngan apa yang di sampaikan, berpakaian modis dan memainkan mata untuk memperhatikan audienya.

Demikian beberapa karya ilmiah yang penulis lampirkan sebagai bahan tinjauan pustaka, masing-masing peneliti memiliki focus yang berbeda-beda. Begitupun dalam skripsi ini, yakni sama-sama meneliti tentang retorika seorang da'i, namun berbeda mengenai apa yang di bahas. Dalam skripsi ini, penulis memilih tokoh Ustad Muh. Nur Mau'alana sebagai objek yang akan di teliti karena, beliau memiliki keunikan tersendiri dalam menyampaikan pesan dakwahnya. Mulai dari sapaan khasnya yang populer yaitu "Jama'ah oh jama;ah, Alhamdulillah", gaya bahasa yang mudah di mengerti, gaya suara yang sesuai, hingga gerakan tubuh yang atraktif. Sehingga mampu menimbulkan suasana yang tidak membosankan selama tausiyah berlangsung.

Daftar Pustaka

- Abduallah. Ilmu Dakwah. Depok: PT RajaGrafindoPresada. 2018
- Abdullah, Alek dan Achmad. Linguistik Umum. Jakarta: Erlangga. 2012
- Abidin, Yusuf Zainal. PengantarRetorika. Bandung: PustakaSetia. 2013
- Alyusi, Shiefti Dyah. Media Sosial: Interaksi, Identitas, dan Modal Sosial. Jakarta: Kencana. 2016
- Amin , Samsul Munir. Sejarah Dakwah. Jakarta: Amzah. 2015
- An-Nabary, Fathul Bahri.Meniti Jalan Dakwah. Jakarta: Amza. 2008
- Anwar, Gentasari. Retorika Teknis dan Seni Berpidato, Jakarta: Rineka Cipta, 1995
- ,Retorika Praktis Teknik dan Seni Berpidato. Jakarta: Rineka Cipta. 2003
- Aristoteles, Retorika Terjemahan W. Rhy Roberts. Yogyakarta: Basabasi. 2018
- Arsyad, Azhar. Media Pembelajaran. Jakarta: PT. Raja Grasindo Persada. 2005
- Aziz, Moh. Ali. Ilmu Pidato. Surabaya: UIN Sunan Ampel Press. 2015
- Badjuri, Adi. Jurnalisti Televisi. Yogyakarta: Graha Ilmu. 2010
- Bormann, Nancy dan Ernest. Retorika Suatu Pendekatan Terpadu. Jakarta: Erlangga. 1989
- Budiargo, Dian. Berkomunikasi Ala Net Generation. Jakarta: Elex Media Komputindo. 2015
- Dewi, Firiana Utami. Public Speaking. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 2013

Djuruto, Totok. Manajemen Penerbitan Pers. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. 2002

Effendi, LaluMuchsin dan Faizah. Psikologi Dakwah. Jakarta: Kencana. 2006

Effendi, Onong Uchjana. Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti. 1993

Eriyanto. Analisis Wacana: Pengantar Analisis Media. Yogyakarta: LKiS. 2011

Fitriyah, Luluk Fikri Public Speaking. Surabaya: UIN Sunan Ampel Press. 2014

Hendrikus, Dori Wuwur. Retorika Tampil Berpidato Berdiskusi Berargumentasi Bernegosiasi, Yogyakarta: Kanisus. 2007

Ismail, Ilyas dan Prio Hutman. Filsafat Dakwah Rekayasa Membangun Agama dan Peradaban Islam. Jakarta: KencanaFrenada Media Group. 2011

Jaswadi, Syahroni Ahmad. Retorika. Surabaya: CV. Cahaya Intan XII. 2014

Keraf, Gorys. Diksi dan Gaya Bahasa. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama. 1996

_____, Diksi dan Gaya Bahasa. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama. 2002

_____, Diksi dan Gaya Bahasa. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama. 2010

Kriyanto, Rachmat. Riset Komunikasi. Jakarta: Putra Grafik. 2006

Leleweri, Alo. Memahami Komunikasi Massa Dalam Masyarakat. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti. 1991

Ma'arif, Bambang. Komunikasi Dakwah Paradigma Untuk Aksi. Bandung: Simbiosis Rekatama Media. 2010

Maarif, Zainul. Retorika Metode Komunikasi Public. Jakarta: Rajawali Pers. 2015

Martha, Evidan Sudarti Kresno. Metodologi Penelitian Kualitatif. Jakarta: PT. Grafindo Persada. 2016

Moeleong, Lexy J. Metode Penelitian Kualitatif. Bandung: Remadja Karya. 1989

Muhammad, Arni. Komunikasi Organisasi. Jakarta: Bumi Aksara. 2005

Mulyana, Daddy. Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. 2010

Munir. Metode Dakwah. Edisi Revisi. Jakarta: Kencana. 2009

Mumtaz, Fairuzul. Kupas Metode Penelitian. Jakarta: PustakaDianta, 2017

Nasruallah, Rully. Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi. Bandung: Simbiosis Rekatama Media. 2017

Rafanani, Been. Trik Kilat Kuasai Seni Berbicara. Yogyakarta: Araska. 2007

Rahmat, Jallaludin, Retorika Modern. Bandung : Remaja Rosdakarya, 2007

Romli, Khomsahrial. Komunikasi Massa. Jakarta: PT. Grasindo. 2016

Sulianta, dan Dominikus Juju. Branding Promotion With Social Network. Jakarta: Elex Media Komputindo. 2010

Syarbini, Amirulloh. Rahasia Sukses Pembicara Hebat. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo. 2011

Ya'qub ,Hamzah. Publistik Islam. Bandung: Diponegoro. 1992

Vardiansyah, Dani. Filsafat Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar. Cet. II. Jakarta: PT. Indeks. 2008

Widjaja, Komunikasi-Komunikasi dan Hubungan Masyarakat. Jakarta: Bumi Aksara. 1993

Zed, Mestika. Metode Penelitian Kepustakaan. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia. 2008

Sumber Lain:

Abduallah. Retorika dan Dakwah Islam. Jurna Dakwah Vol. X No. 1. (2009)

Deify Timbowo, Manfaat Penggunaan Smartohone Sebagai Media Komunikasi, e-jurnal "Acta Diurna" VOL.V NO. 2 (2016)

Isbandi Sutrisno dan Ida Wiendijarti, Kajian Retorika Untuk Pengembangan Pengetahuan dan Keterampilan Berpidato, Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol. 12 No. I. (2014)

Muh. Siswa. R. Pengguna YouTube Sebagai Elektronik Public Relation, e-Journal Ilmu Komunikasi. Vol 3. No 2 (2015)

<http://ejurnal.undip.ac.id/index.php/interaksi/article> (24 Desember, 2019)

<https://archive.tabloidbintang.com/berita/sosok/13174-ust-m-nur-maulana-bag1-gaya-cermahnya-dibanjiri-kritik-juga-pujian.html> (12 Oktober 2019)

<https://seputarilmu.com/2019/10/media-komunikasi.html> (9 Januari, 2020)

<http://makassar.tribunnews.com/amp/2019/01/20/tribunwiki-ini-profil-ustad-nur-maulana-kisah-awal-mulai-ceramah> (17 Desember, 2019)

<http://www.katailmu.com/2011/03/biografi-ustadz-muhammad-nur-maulana.htm?m=1>, (05 Febuari, 2020)

<https://www.google.com/amp/s/bugispos.com/2020/01/21/tauwwa-ustadz-nur-maulana-datang-di-unismuh//amp> , (5 Februari, 2020)

<https://www.google.com/s/manado.tribunnews.com>, (5 Februari, 2020)

<https://www.google.com/amp/s/m.kumparan.com> , (5 Februari, 2020)

TRANS TV :<http://transtv.co.id/program/28/islam-itu-indah>. (10Oktober 2019)

Transtv.co.id/program/28/islam-itu-indah, (03 Februari, 2020)

<https://youtu.be/jC71VPHL2w0>

<https://youtu.be/LWIKPkV4s5Y>

<https://youtu.be/8wOSkCJ8Qw4>